

PROPUESTA DE MODIFICACIÓN/CREACIÓN DEL

PLAN DE ESTUDIOS

DE LA

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

FACULTAD DE ECONOMÍA

Campus de Ciencias Sociales, Económico-Administrativas y Humanidades

Junio, 2016

ÍNDICE

1. Datos generales / 4

2. Fundamentación / 5
   - 2.1 Introducción / 5
   - 2.2 Estudio de referentes / 6
   - 2.3 Justificación de la pertinencia social y factibilidad del programa / 16
   - 2.4 Evaluación interna y externa del programa / 18
   - 2.5 Conclusiones generales / 20

3. Integración de los ejes del MEFI / 22

4. Objetivo general del plan de estudios / 26

5. Perfil de ingreso / 26

6. Perfil de egreso / 28
   - 6.1 Áreas de competencia / 28
   - 6.2 Competencias de egreso / 28
   - 6.3 Desagregado de saberes / 29
   - 6.4 Competencias disciplinares / 34

7. Estructura curricular / 35
   - 7.1 Descripción del plan de estudios / 35

7.2 Distribución de las horas de actividades de aprendizaje presenciales y no presenciales / 36

8. Malla curricular / 41
   - 8.1. Áreas de competencia / 44
   - 8.2. Asignaturas Optativas / 44

9. Esquema de consistencia / 46
   - 9.1. Matriz de consistencia de las asignaturas en relación con las competencias de egreso / 46
   - 9.2. Esquema de consistencia por competencia de egreso / 48

9.3. Matriz las competencias genéricas por asignatura / 60

10. Programas de estudio / 62

11. Metodología de evaluación del plan de estudios / 258
    - 11.1. Herramientas internas / 258
    - 11.2. Herramientas externa / 258

12. Función académico administrativa / 259
    - 12.1. Servicio social / 259
    - 12.2. Prácticas profesionales / 259
    - 12.3. Acreditación de Inglés / 259
    - 12.4. Movilidad Estudiantil / 260
    - 12.5. Acreditación de asignaturas /260
    - 12.6. Requisitos de ingreso / 261
    - 12.7. Permanencia / 261
    - 12.8. Titulación / 262
    - 12.9. Plan de liquidación del plan de estudios 2005 / 262

13. Plan de desarrollo / 264
    - 13.1. Visión 2020 / 264

14. Referencias / 266

1 DATOS GENERALES

Responsable de la propuesta:
Dr. Alberto Quintal Palomo. Director de la Facultad de Economía del Campus de Ciencias Sociales, Económico-Administrativas y Humanidades.

Cuerpo directivo de la Facultad:
Director: Dr. Alberto Quintal Palomo
Secretario Académico: MEAP. Eraclio Cruz Pacheco.
Secretaria Administrativa: MCPI. Lizbeth Fernández Chalé.
Coordinador de Posgrado e Investigación: Dr. Juan Felipe Alonzo Solís.

Grupo diseñador la propuesta:
MANM. Raúl Alonso Vela Manzanilla (coordinador)
MEAP. Carlos Enrique Leyva Morales
Dr. Melchor Campos García
Dr. Juan Felipe Alonzo Solís

Asesores:
Mtro. Mario Alberto Tejada Loría.

Título a otorgar:
Licenciado(a) en Comercio Internacional

Fecha propuesta de inicio:
Agosto de 2016.

2 FUNDAMENTACIÓN

2.1 Introducción

Basándose en el proceso económico globalizador que ha caracterizado el inicio del presente siglo, que tiene como uno de sus fundamentos la posibilidad de la comercialización de productos a nivel internacional, con la condición de que estos sean competitivos, la propuesta educativa hecha por la Facultad de Economía de la Universidad Autónoma de Yucatán en el año de 2004 con la Licenciatura en Comercio Internacional, gira alrededor del estudio de estrategias para fortalecer al comercio en el ámbito internacional, entendido éste como como un proceso económico interdependiente al desarrollo económico productivo regional.

A partir de la iniciativa del propio autor del programa en 2004 y de pláticas entre profesores de la propia facultad y de previas presentaciones antes las autoridades universitarias sobre el plan de estudios, esta Licenciatura fue aprobada por el H. Consejo Universitario el 23 de enero de 2005 misma que fue puesta en operación en septiembre de ese mismo año, por lo que ha admitido a la presente fecha once generaciones. Ya próxima a cumplir 11 años, a esta licenciatura han ingresado aproximadamente 500 alumnos. Actualmente se cuenta con una matrícula de alrededor de 180 estudiantes inscritos.

La Licenciatura en Comercio Internacional se encuentra en su etapa de revisión, para adecuarla a las necesidades del contexto exterior y necesario para que el alumno sea más competitivo en el mercado laboral.

La actualidad mundial muestra un panorama de complejas relaciones económicas y políticas que rebasan claramente el texto y el contexto de los convenios y tratados de apoyo y cooperación entre naciones.

Los nuevos procesos formativos basados en competencias no sólo transmiten saberes y destrezas manuales, sino que toman en cuenta otras dimensiones y contemplan los aspectos culturales, sociales y actitudes que tienen relación con las capacidades de las personas. Así mismo, abandonan la construcción de programas centrados en la capacitación para determinados puestos de trabajo, concretos y cerrados, contribuyendo a crear una nueva cultura del trabajo y de la producción que integra la modernización productiva basada en criterios de calidad, productividad, eficiencia y competitividad desde cursos, programas, contenidos curriculares y metodologías que plantean crear un ámbito y clima productivo intrínseco en el que se enmarca al propio proceso formativo.

La razón es simple, las competencias no se adquieren exclusivamente desde la transferencia educativa de un curso, sino que son reflejo de un ambiente productivo impregnado de la atmosfera que viven las empresas, de los códigos de conducta y funcionamiento que operan en la realidad productiva, y en la incorporación de las pautas de trabajo y de producción industrial. En última instancia solo las propuestas que articulan educación/formación, con trabajo y tecnología, en un ambiente adecuado, pueden ser el mecanismo por el cual se transmitan los valores, hábitos y los comportamientos inherentes a las nuevas competencias requeridas a la población activa.

La noción de competencia implica, por tanto, una forma distinta de establecer y abordar los objetivos de la formación relacionándolos íntimamente con las necesidades de desarrollo económico y social y más concretamente, con los requerimientos del mundo productivo.

Para lograr competitividad en el Comercio Internacional se requiere no sólo de una fuerte base tecnológica, sino también de profesionales altamente calificados para administrar procesos comerciales que le permitan mercadear sus productos y servicios, así como dirigir instituciones y programas que apoyan al sector ligado a las actividades de exportación.

Debido a su pertinencia, el programa de estudios ha tenido éxito desde su oferta en el año 2005. Ha existido una buena demanda de alumnos que buscan una opción de licenciatura logrando incrementar la matrícula de ingreso en el año 2014, en el cual se decidió abrir un segundo grupo debido al interés que despierta este programa entre el mercado objetivo.

2.1.1 Modificación alineada al MEFI

El proyecto de modificación del Programa de Estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional se basa en el Modelo Educativo para la Formación Integral (MEFI), debido a que se siguió la metodología institucional para la implementación del citado modelo desde sus estudios referenciales hasta la elaboración los programas de asignatura bajo el enfoque de competencias con sus dimensiones del "saber hacer", "saber conocer" y "saber ser", incluyendo estrategias de enseñanza-aprendizaje y estrategias generales de evaluación de proceso y de producto.

La Universidad Autónoma de Yucatán con el modelo MEFI considera como su eje central el estudiante y considera fundamental que éste adquiera las competencias necesarias para propiciar una educación a lo largo de la vida, con una educación basada en el aprendizaje y en competencias, considerando los principios fundamentales del humanismo y asumiendo el paradigma del concepto estudiante, como ser único y diferente de los demás; con iniciativa, y necesidades de crecer, con potencialidad para desarrollar actividades y para solucionar problemas creativamente, responsable de sus actos, como ser que no sólo participa cognitivamente, sino como persona con afectos, intereses y valores particulares, que vive en relación con otras personas y a quien debe considerarse como un ser integral para su educación.

2.2 Estudio de referentes

En la integración del presente documento el estudio de Referentes ofrece un diagnóstico objetivo de la situación de los elementos y los factores que determinan la viabilidad, factibilidad y pertinencia social y disciplinar que sustenta la necesidad de modificar el programa de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional que se creó en el año 2005.

El nuevo plan de estudios responde a la necesidad de contribuir al Plan de Desarrollo Institucional 2014-2022 de nuestra Universidad Autónoma de Yucatán de contar con programas educativos de nivel superior, flexibles y pertinentes a las necesidades del desarrollo social, económico

y cultural del Estado, de la Nación y del desarrollo global sustentable. De manera que el presente estudio de referentes asegura la pertinencia del nuevo programa educativo al identificar áreas de oportunidades para la UADY en la formación de profesionistas y considerando sus resultados conjuntamente con los obtenidos a través de los estudios que en este apartado se presenta.

2.2.1 Referente social

El desarrollo económico depende esencialmente de la capacidad para introducir innovaciones al interior de la base productiva y tejido empresarial de un territorio. Y, tradicionalmente se ha tendido a simplificar esta constatación del funcionamiento de la economía real y se ha reducido el concepto al señalar que el desarrollo económico depende de la inversión de recursos financieros. Sin embargo, la disponibilidad de los mismos no es suficiente por sí sola, ya que pueden dirigirse hacia aplicaciones de carácter improductivo o especulativo, sin asegurar la inversión productiva real. Así pues, la orientación de los recursos financieros hacia la inversión productiva depende de otros factores básicos, como el comercio, la educación, entre otros.

Partiendo de lo anterior, el Plan Nacional de Desarrollo vigente determina como objetivo general el "Llevar a México a su máximo potencial", y plantea cinco grandes ejes Nacionales, de los cuales, el quinto corresponde a "México con Responsabilidad Global". Este eje contempla que el país fortalezca su voz y presencia en la comunidad internacional, definiendo una estrategia acorde a las nuevas realidades globales, fortaleciendo el libre comercio, la movilidad de capitales, la integración productiva y la movilidad segura de las personas, siendo todos estos temas básicos en el estudio del comercio internacional y de las relaciones internacionales.

El otro aspecto que se considera en el citado Plan es el de la participación de las empresas en el comercio exterior, por lo que se proponen también como líneas de acción: promover la calidad de bienes y servicios en el exterior para fomentar las exportaciones, impulsar mecanismos que favorezcan la internacionalización de las empresas mexicanas, e implementar estrategias y acciones para que los productos nacionales tengan presencia en los mercados de otros países.

En el caso del Plan Estatal de Desarrollo, considera un eje denominado "Yucatán Competitivo" el cual contempla la producción de calidad, el desarrollo industrial y la articulación eficiente de sistemas productivos. Y según el mismo documento, la ubicación geográfica privilegiada del estado, la diversidad de sus recursos naturales, la capacidad de la mano de obra y la herencia de la civilización maya, hacen del estado de Yucatán un destino para sobresalir en el panorama económico internacional.

Asimismo, en el apartado de "Desarrollo Rural y Agroindustrial, el mismo Plan contempla diferentes objetivos y estrategias, destacando entre las importantes para el objeto que se persigue: el promover la certificación de calidad de productos para fortalecer su participación en los mercados internacionales. En tanto que en el apartado de "Empleo y Desarrollo Empresarial" se contemplan también diferentes objetivos y estrategias entre los que se destacan: el apoyar el desarrollo de la incubación de empresas en actividades económicas estratégicas, el establecer esquemas de asesoría y capacitación a empresas para lograr su consolidación y el promover el consumo de los productos hechos en Yucatán. Por último, en el apartado de "Inversiones y Desarrollo Social" destacan los siguientes objetivos y estrategias: el incrementar la competitividad y la inversión productiva en el Estado y el Fomentar el desarrollo de las condiciones de negocio que permitan el acceso a más y mejores mercados.

En cuanto a la economía del estado de Yucatán, ésta se ha caracterizado por presentar una evolución y un desarrollo importante en los últimos años, dado que su Producto Interno Bruto ha

crecido en promedio un 5.92% en los últimos cinco años de acuerdo a las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Y según la OCDE el estado se encuentra entre las diez regiones de crecimiento más rápido entre sus países miembros. Una parte importante en el logro de lo anterior ha sido el comercio exterior, el cual ha revitalizado buena parte de la economía yucateca generando importantes logros para la misma, por ejemplo, actualmente los productos yucatecos se comercializan en aproximadamente 70 países del orbe. Adicionalmente, el proceso de transformación y cambios acontecidos en la sociedad (como la globalización y los bloques económicos) en los cuales el país se encuentra inmerso, y del que Yucatán no está exento, ha dado lugar a nuevas formas de realizar el comercio exterior entre países. En este contexto, la actividad comercial del Estado con el mercado internacional no se ha reducido hoy en día a la realización de procesos de transformación y maquila de productos que son enviados de retorno a su país de origen o a la central de la empresa, ubicada en otra parte del planeta, sino a la búsqueda de nuevos mercados con productos con mayor valor añadido.

En tanto que, en el renglón de Comercio exterior, de acuerdo a las cifras del INEGI y de la Secretaría de Economía, durante el año 2013 Yucatán ocupó el 24° lugar por el valor de sus exportaciones, destacando como principal actividad la industria manufacturera, con un valor total de 1,217.0 mdd., y siendo los subsectores con mayor participación el de la fabricación de prendas de vestir, 25.94%, y el de equipo de transporte. Asimismo, cifras más recientes indican que durante el periodo de enero a marzo de 2015 se movilizaron 9 mil 594 contenedores de exportación y 8 mil 863 contenedores de importación por Puerto Progreso, lo que significó variaciones respectivas de 8.9% y 0.53 % en comparación con igual periodo de 2014. Respecto a la carga movilizada a través del Aeropuerto de Mérida, de enero a marzo de 2015 las exportaciones sumaron 2 mil 224 toneladas, mientras que las importaciones alcanzaron un volumen de 613 toneladas. Lo señalado significó un aumento de 4.1% en las exportaciones y de 14.1 % en las importaciones, en comparación con lo registrado durante el mismo periodo de 2014, según datos de la Secretaría de Fomento Económico estatal. A lo anterior hay que sumar que el estrechamiento de las relaciones del Estado con el exterior ha influido para que la demanda de productos elaborados de Yucatán (como: salsas, chile habanero procesado, ropa, joyería, etc.) sean cada vez mayor, lo que ha significado, como consecuencia, que se produzcan avances importantes en el sector agrícola e industrial, operándose por consiguiente una diversificación en los productos que se elaboran en la entidad. Sin embargo, se han detectado reducciones en la Inversión Extranjera Directa. Comparando los años 2014 y 2013, según las cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía y de la Secretaría de Economía del estado de Yucatán, la IED se redujo en 26.5%.

En este contexto, es de relevancia señalar que existe la necesidad social en la entidad por profesionistas con una visión global de negocios; que posean la habilidad de comunicarse con empleados y empresarios de otros países generando oportunidades de negocios; que tengan conocimiento sobre la organización de las empresas, el trato con el cliente y con los aspectos regulatorios para realizar importaciones y exportaciones; que posean los conocimientos para saber qué vender, en qué parte del mundo venderlo, y cómo hacerlo llegar a través de la investigación de mercados; y que tengan los conocimientos sobre los aspectos legales que permiten que una mercancía pueda ser importada o exportada, de manera que puede ayudar a la organización a agilizar trámites o evitar multas o sanciones administrativas o legales. A lo que hay que adicionar que el egresado de esta licenciatura tiene como campo laboral el sector público en sus tres niveles (municipal, estatal y federal) y el sector privado, siendo los ramos laborales principales donde se desempeña actualmente:

- Empresas multinacionales.
- Despachos comerciales donde se realicen actividades de logística, exportación e importación de productos.

- Agencias aduanales y logísticas.
- Áreas de exportación, importación y logística internacional de las empresas. Y en
- Empresas propias de asesoría comercial en el mercado internacional.

Donde realizan actividades tales como:

- Consultoría en Comercio Internacional
- Diseño de estrategias de internacionalización para empresas multinacionales en el área de comercio exterior.
- Planeación estratégica, desarrollando nuevos mercados en el extranjero.
- Finanzas internacionales, evaluando proyectos de internacionalización.
- Logística del comercio internacional, diseñando y aplicando estrategias que incrementen la competitividad de la empresa.
- Identificación de potencial de mercado en el extranjero de productos, mediante Investigación de mercados y análisis de la comercialización de productos.

En síntesis, se puede decir que la pertinencia del programa educativo de la Licenciatura en Comercio Internacional se fundamenta en la necesidad del desarrollo económico sustentable del estado de Yucatán por medio del sector Comercio Exterior. Lo cual implica que los profesionales que egresen de la misma, deberán de ser capaces de construir cadenas de intercambio comercial, almacenamiento y transporte para la exportación y la importación, así como de formarse conociendo la realidad socioeconómica y las ventajas comerciales de la entidad. La introducción de este profesional ligado al "marketing", a la administración empresarial y a la operatividad general, legal y logística de las actividades comerciales internacionales amplía grandemente las expectativas de localización y aumento de mercados para los productos de Yucatán. Es decir, que los problemas y necesidades comerciales y de relaciones internacionales identificadas tanto en el plan nacional (2013-2018) como en el estatal de desarrollo (2013-2018), pueden ser abordados por los Licenciados en Comercio Internacional egresados de la UADY, contribuyendo a su solución, ya que pertenecen a su área de competencia profesional sobre la problemática comercial internacional.

2.2.2 Referente disciplinar

Con la liquidación de la industria henequenera cuya producción fue por 90 años su producto de exportación, la sociedad yucateca viene encarando un gran reto para la inserción de sus productos agropecuarios e industrializados en el mercado global. A esto se debe adicionar que el desarrollo de la iniciativa privada y la empresa social en el estado demanda hoy en día de un nuevo profesionista altamente competitivo y proactivo, con capacidad de trabajar en equipo y en escenarios de multiculturalidad, con capacidad de comunicación y calidad humanista, y con una cultura general, pensamiento crítico y ética profesional.

Ante este contexto, el comercio internacional es la disciplina que comprende el estudio del intercambio de bienes y servicios entre países, mediante exportaciones, importaciones y movimientos de capitales (comercio internacional), en un contexto de Globalización en la que participan diversos actores, sectores y economías. En consecuencia, el objetivo científico y analítico de la actividad comercial es ofrecer elementos teóricos, metodológicos y herramientas que permitan interpretar y explicar el conjunto de fenómenos macro y microeconómicos, analizar la función comercial de los organismos e instituciones, e inexorablemente a los negocios internacionales. En tanto que, como disciplina científica, el comercio tiene un carácter multidisciplinar ya que en él intervienen la Economía, la Sociología, la Historia, la Ética, las Matemáticas, la Estadística, la Economía de la Empresa, el Marketing, la Contabilidad, las Finanzas, la Comunicación, la Informática y otras Tecnologías de Información y Comunicación, además del dominio de las lenguas internacionales y de la cultura para la interacción y comunicación en un Mundo Multicultural.

No se debe olvidar que en el intercambio de mercancías a nivel Global intervienen múltiples variables económicas, financieras y culturales que se requieren investigar y analizar adecuadamente para la toma de decisiones de las empresas y para el diseño de políticas públicas de desarrollo sustentable para la convivencia entre la diversidad humana y el medio ambiente. Para tal fin, las teorías clásicas de la economía, desde el mercantilismo hasta la teoría neoclásica como corriente dominante, han dado explicaciones del comercio como fuentes de riqueza de las naciones, y ofrecido herramientas teóricas-metodológicas para su análisis e intervención. Por consiguiente, su estudio es fundamental para que los estudiantes tengan formación teórica-conceptual que les permita comparar opciones para resolver problemas del comercio y los conflictos globales del intercambio comercial. Sin embargo, también es de importancia capacitar a los estudiantes no solo en los paradigmas dominantes, como la teoría de las proporciones factoriales y el teorema de Heckscher-Ohlin, sino también forjarlos en las nuevas corrientes o teorías del comercio global las cuales resultan pertinentes ya que a pesar de que la teoría neoclásica propone que en el comercio internacional todos ganan, la presencia de la competencia imperfecta y de rendimientos crecientes de escala y las externalidades requieren nuevas explicaciones del comercio actual destinadas a alcanzar economías de escala en la producción o para acceder a una gama mayor de mercancías. Al respecto, la teoría del ciclo de vida del producto, el modelo Krugman que establece una distinción entre comercio interindustrial e intraindustrial, el modelo de Brander y Spencer que explica la intervención de los gobiernos en mercados oligopólicos, y el novísimo modelo de Bernard, Redding y Schott apuntan hacia la productividad como factor de éxito en el mercado global. En tanto que para el estudio de los negocios internacionales el pertinente es el modelo de Daniels.

Como consecuencia, el modelo económico de apertura comercial y de formación de bloques georegionales y tratados comerciales abrió las oportunidades para el desarrollo de diversos sectores productivos mediante la exportación de sus productos demandando con ello profesionistas en comercio internacional y negocios internacionales, en vez del antiguo profesionista en comercio exterior cuyo campo de acción se reducía a un simple agente aduanal.[1] Ante esto, la respuesta de

[1]Distinción significativa: La carrera de Comercio internacional comprende los intercambios de bienes, servicios y capitales en un entorno global, más allá de sus formas, condiciones y contenidos, se refiere al intercambio (importación-exportación) y operaciones comerciales evaluando el contexto global, político, y diversos factores geopolíticos que afectan el intercambio. En cambio, la carrera de comercio exterior se caracteriza por su perfil de egreso centrado en asuntos formales del comercio entre países, organizaciones o empresas y el manejo de las aduanas. Cabe también precisar que la carrera de negocios internacionales se enfoca las operaciones, transacciones, considerando los entornos, considerando otras variables

las instituciones de educación superior se reveló en el crecimiento de la oferta educativa en el área de Comercio Internacional y similares. Y en el caso de México, mientras en 2011 la ANUIES registró 144 programas de licenciatura en el área a nivel nacional, en el ciclo 2014-2015 la cifra alcanzó los 160 programas: 8 de Comercio Exterior, 60 de Comercio Internacional, 86 de Negocios Internacionales y 6 de Comercio y negocios internacionales (entre las IES del sector público, el área creció de 38 programas a 42 ofreciendo 7 programas de Comercio exterior, 14 de Comercio Internacional, 20 de Negocios internacionales y 1 de Comercio y Negocios internacionales). En tanto que, a nivel estatal, las cifras oficiales indican que en el ciclo 2013-2014 en Yucatán existen 12 programas de licenciaturas del área de negocios internacionales y comercio: 10 de universidades privadas y dos en la Universidad Autónoma de Yucatán. En donde las licenciaturas de negocios son la de mayor presencia en el mercado de las profesiones con 8 en particulares y una en la UADY. Sin embargo, en el ámbito del comercio se tiene la existencia de dos perfiles: comercio exterior y comercio internacional. Siendo en las instituciones particulares donde se ofrece una licenciatura en comercio exterior y otra de relaciones comerciales. En tanto que es exclusivamente la Facultad de Economía de la UADY donde se ofrece la carrera de Comercio Internacional en la entidad.[2]

Por lo tanto, se puede concluir que con el fin de competir en el mercado mundial, los estudiantes en Comercio Internacional deben adquirir las competencias teorías-metodológicas e instrumentales para participar e intervenir sobre los complejos procesos del comercio internacional actual como son: el trabajar en ambientes multiculturales, entre marcos jurídicos, morales y éticos diversos, con diferentes reglamentaciones y regulación de las fronteras, y en un ambiente económico y financiero dinámicos, no siempre en certidumbre, lo que les exige investigar estos entornos.

2.2.3 Referente profesional

El estudio de seguimiento de egresados de la Licenciatura en Comercio Internacional identificó que estos pueden desempeñarse tanto en el ámbito público como en el privado, en el primero desempeñándose en áreas relacionadas con la política comercial internacional o de relaciones internacionales; en tanto que en el sector privado, ya sea en México o en otros países, en empresas que estén involucradas con los procesos de importación y exportación, así como en aquellas que presten a las empresas importadoras o exportadoras servicios relacionados con el comercio exterior como: las agencias aduanales, empresas de servicios logísticos, empresas de apoyo en procesos de comercialización y en empresas consultoras.

culturales y sociales que afectan las negociaciones mercantiles para la expansión o localización de productos. En México la Clasificación mexicana de las profesiones bajo el concepto de Negocios y Administración (331) reúne los estudios de Negocios y Comercio como aquellos "que se enfocan a estructurar los esquemas de política comercial, de inversión extranjera y estrategias en desarrollo de negocios internacionales. Se consideran los programas que forman sobre la compra y venta de bienes y servicios, que brindan conocimientos sobre principios y procesos de ventas, controles comerciales, operaciones en el extranjero y los problemas conexos, política de comercio internacional y las aplicaciones para hacer negocios en países y mercados específicos. INEGI, Clasificación mexicana de programas de estudio por campos de formación académica 2011. Educación superior y media superior. México, INEGI, 2012, pp. 33-34.

[2]Anuario Estadístico. Ciclo escolar 2011-2012, 2013-2014, 2014-2015. (DE: http://www.anuies.mx/informacion-y-servicios/informacion-estadistica-de-educacion-superior/anuario-estadistico-de-educacion-superior. Consulta en línea, 10 de abril de 2016).

El seguimiento de egresados identificó que el 74% de estos obtuvo empleo durante los primeros seis meses y un 4% no trabaja porque estudia un posgrado. Del total que se encuentran trabajando, el 92% manifestó que su trabajo se relaciona en buena medida con su formación profesional. En tanto que de estos el 88% trabaja en el sector privado, el 8% en el sector público y sólo el 2% tienen una empresa propia. Asimismo, el 94% manifestó tener empleo de tiempo completo y sólo el 6% mencionó que su trabajo es de tiempo parcial o eventual.

Por otra parte, el 90% de los egresados manifestó que para su trabajo actual requieren de conocimientos especializados en el área de comercio internacional, además de que el 84% mencionó que sí tenían la necesidad de contar con un título profesional cuando los contrataron. El 76% consideró que su trabajo no puede ser realizado eficientemente por una persona no especializada en comercio internacional, mientras el 14% considera que su trabajo si puede ser realizado por una persona no especializada.

En cuanto a las áreas de conocimiento que consideran deben de tener mayor peso en la Licenciatura en Comercio Internacional estas resultaron:

- Logística
- Legislación del comercio exterior
- Planeación estratégica
- Comercialización o mercadotecnia internacional
- Planes de exportación
- Aspectos fiscales del comercio internacional
- Negociación internacional y contratos internacionales

Y, por último, se encontró que el 100% de los egresados considera que es necesario realizar una modificación al plan de estudios. En donde el 94% considera que se deben realizar cambios de asignaturas, el 88% menciona que deben realizarse cambios en la metodología de enseñanza, y el 82% considera que se deben hacer cambios en el perfil de los docentes; en tanto que para el 18% se debe de modificar el número de asignaturas, incluyendo más, y sólo en opinión del 10% de estos se deben realizar modificaciones en la forma de titulación.

El estudio de profesionales empleados, que contempló a profesionales que se encuentren empleados desarrollando actividades relacionadas con el Comercio Internacional, arrojó como principal resultado que, para estos profesionales, las principales áreas de conocimiento de la licenciatura son las siguientes:

- Legislación de comercio exterior
- Formatos de comercio exterior
- Logística de comercio exterior
- Aspectos fiscales de comercio exterior
- Comercialización internacional

- Planes de exportación
- Compras internacionales
- Negociación internacional
- Promoción internacional
- Software especializado
- Idiomas

Por su parte el Estudio de empleadores e informantes clave 2015, que abarcó a personas pertenecientes a empresas privadas, instituciones gubernamentales y Cámaras empresariales del ramo de comercio exterior, encontró que de manera general los empleadores coinciden en que es importante para su organización contratar a personas que cuenten con Licenciatura en Comercio Internacional, ya que requieren de personal especializado en esta área y que tengan cierto nivel de conocimientos para desarrollar eficientemente las actividades de sus empresas y organizaciones.

Los principales factores que consideran al momento de contratar los empleadores son: el dominio o conocimiento del área para la que serán contratados, la actitud, los deseos de seguir aprendiendo, los deseos de superación y la proactividad.

En cuanto a los conocimientos que consideran debe tener un licenciado en Comercio Internacional los principales que señalaron fueron los siguientes:

***Conocimientos teóricos:** Economía, Legislación de comercio exterior, Administración, Mercadotecnia, Planeación estratégica y Geografía Internacional

***Conocimientos prácticos:** Procesos de importación y exportación; Procedimientos Aduaneros; Aplicación de leyes y reglamentos de comercio exterior; Aspectos Logísticos; Transportes internacionales; Detección de oportunidades comerciales internacionales; Promoción y comercialización internacional; Negociación y contratos internacionales; Cotizaciones y formas de pago internacional; Tratados y acuerdos internacionales; Comercio Electrónico; Idiomas; Software relacionado con el comercio internacional; Investigación; Organismos y dependencias relacionados con el comercio internacional y Matemáticas básicas.

También según los empleadores el campo laboral para un Licenciado en Comercio Internacional es amplio pudiéndose desempeñar en el sector público y en el privado, lo que representa una gran variación en la percepción salarial que puede obtener con su trabajo. En el sector privado se desempeñan por lo general a nivel operativo, ejecutivo y directivo. En tanto que, en el público, se desempeñan en el nivel ejecutivo y directivo principalmente.

Y en su opinión las áreas de especialización en las que debe actualizarse un Licenciado en Comercio Internacional son:

- Investigación de mercados internacionales
- Regulaciones y restricciones del comercio internacional
- Aspectos aduaneros

- Compras y ventas internacionales
- Aspectos logísticos, proceso de negociación
- Comercialización internacional, software de comercio exterior
- Dinámica de mercados internacionales
- Aspectos fiscales del comercio internacional
- Finanzas básicas

En el caso de las observaciones realizadas por el Consejo Nacional de Acreditación de la Ciencia Económica (CONACE) en el proceso de acreditación, se hace mención de que es importante para los estudiantes el uso de software especializado en comercio internacional, el dominio de al menos el idioma inglés en aspectos técnicos del comercio internacional, así como de poseer habilidades de investigación para el análisis de problemáticas del comercio internacional. De igual forma, hace referencia a la importancia de formalizar el proceso de prácticas profesionales para fomentar el aprendizaje en escenarios reales. Y que debe reducirse el número de asignaturas optativas, estableciendo los contenidos básicos que definen al Licenciado en Comercio Internacional.

Por lo tanto, se puede afirmar con base en lo expuesto que el mercado laboral demanda personal especializado en el área de comercio internacional, que los egresados perciben que es necesario tener conocimientos especializados para emplearse en áreas afines al comercio internacional en este mercado y que, de acuerdo a la opinión de egresados, profesionales empleados y empleadores, los conocimientos que debe tener un Licenciado en Comercio Internacional deben ser los relacionados con las siguientes áreas concretas: Legislación del comercio exterior, logística de comercio exterior, mercadotecnia y comercialización internacional, planes y procesos de importación y exportación negociación y contratos internacionales, economía, investigación, software especializado e idioma inglés.

2.2.4 Referente institucional

La UADY, en el Plan de Desarrollo Institucional 2014-2022, establece como su Misión "la formación integral y humanista de personas, con carácter profesional y científico, en un marco de apertura a todos los campos del conocimiento y a todos los sectores de la sociedad. Como tal, proporciona un espacio de análisis y reflexión crítica sobre los problemas mundiales, nacionales y regionales, conduciendo al desarrollo sustentable de la sociedad, apoyándose en la generación y aplicación del conocimiento, en los valores universales y en el rescate y preservación de la cultura nacional y local dando respuesta de esta manera a la nueva era del conocimiento en su papel como transformadora de su comunidad. Como institución, incorpora cuatro principios básicos: "aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a vivir y a convivir".

Esta perspectiva sirve de punto de partida para el desarrollo e implementación de acciones que contribuyan al logro de la misión en alineación con la Visión Institucional, la cual declara que "En el año 2022 la Universidad Autónoma de Yucatán es reconocida como la institución de educación superior en México con el más alto nivel de relevancia y trascendencia social".

Esta actualización de la Visión Institucional proyectada al 2022 sirve de base para la formulación del Plan de Desarrollo Institucional. En él se establecieron objetivos, políticas y estrategias que la Universidad acordó impulsar durante esta década y en dirección a las cinco líneas de trabajo consideradas fundamentales para el desarrollo institucional: formación integral de los estudiantes, desarrollo de programas académicos, organización y desarrollo de los académicos, servicios de apoyo al desarrollo académico y planeación, gestión y evaluación institucional.

La UADY, en su filosofía, declara como principios fundamentales que sustentan su tarea educativa los siguientes:

1. La educación será fundamentalmente humanística, enfocada a la razón (crítica), a la voluntad (valores) y a la vida, ya que debe ser un espacio fundamental que ayude a formar ciudadanos y profesionales como miembros de su comunidad para que actúen de una manera responsable.
2. La educación es el desarrollo del individuo como persona, bajo la acción consciente e inteligente de su voluntad, reconociendo las diferencias individuales.
3. Educar no es aumentar desde fuera, sin propiciar que la persona crezca desde adentro. En el proceso educativo el agente principal es el estudiante. Sin embargo, el maestro también es un agente cuyo dinamismo, ejemplo y dirección son fundamentales.
4. El interés por la totalidad del ser humano –congruencia entre su pensamiento, emoción y conducta– centrando la atención en el estudiante mismo como sujeto de su propia educación, creando las condiciones adecuadas para que eso pueda suceder.
5. El reconocimiento de que los estudiantes son seres humanos que tienen una naturaleza constructiva y digna de confianza.
6. El aprendizaje se facilita cuando el estudiante participa responsablemente en el proceso de enseñanza y aprendizaje, asignando a la enseñanza el papel estimulador.
7. La participación activa y responsablemente de todos los estudiantes en su proceso formativo es condición fundamental para fortalecer su capacidad de pensamiento crítico y de reflexión acerca de sus sentimientos, valores, convicciones y futuras acciones como profesionales regidos por principios éticos.
8. El desarrollo de hábitos mentales y competencias que signifiquen estrategias para la realización humana y profesional.
9. El diálogo respetuoso en la relación maestro-estudiante; guiar y proponer con razones el desarrollo responsable de la libertad.

Para la UADY, el MEFI es su propuesta para promover la Formación Integral del estudiante bajo una filosofía humanista. Esta propuesta se deriva de la necesidad de actualizar el Modelo Educativo y Académico (MEyA) después de un análisis de los resultados obtenidos, con el fin de producir un cambio en la UADY y en sus relaciones con la sociedad de tal manera que impacte en las funciones sustantivas, centradas en los actores que intervienen en la práctica educativa: el estudiante, el profesor, los directivos, administrativos y manuales.

La UADY, a través del MEFI, concibe la Formación Integral como un proceso continuo que busca el desarrollo del estudiante y su crecimiento personal en las cinco dimensiones que lo integran

como ser humano: física, emocional, cognitiva, social y valoral-actitudinal. Esta formación integral del estudiantado se promueve por medio de la interacción de sus seis ejes de manera transversal en todos los Programas Educativos (PE) de la Universidad: responsabilidad social, flexibilidad, innovación, internacionalización, educación centrada en el aprendizaje y educación basada en competencias; los cuales orientan a su vez el trabajo académico y administrativo de la misma.

Los seis ejes del MEFI, además de su carácter transversal, tienen implicaciones en el diseño y elaboración de los planes y programas de estudio; el proceso de enseñanza y aprendizaje y la evaluación. De la misma manera, ejercen una influencia importante en los roles de los diversos actores: estudiante, profesor, personal administrativo, directivo y manual.

La Universidad ha establecido 22 competencias genéricas (ver documento del MEFI) que deberán ser integradas en todos los PE de la UADY con el fin de asegurar que todos sus estudiantes desarrollen dichas competencias; su desarrollo se da de manera transversal en las asignaturas que integren los planes de estudio.

Además, el MEFI declara que en todos los planes de estudio se integrarán dos asignaturas institucionales obligatorias: Cultura Maya y Responsabilidad Social Universitaria (RSU). Esta inclusión tiene como objetivo la revaloración de las culturas originarias por parte del estudiantado y además, busca orientar hacia una opción ético-política de contribución al desarrollo humano y sustentable, la equidad, la inclusión social, los derechos humanos y la cultura de la paz así como la formación de recursos humanos capaces de transformar la sociedad en la que viven en beneficio de los interés colectivos.

Lo anterior establece las condiciones para dar respuesta a la Misión y Visión de la Universidad y contribuye a la formación de futuros egresados.

2.3 Justificación de la pertinencia social y factibilidad del programa

La pertinencia del programa educativo de la Licenciatura en Comercio Internacional se sustenta en primera instancia en la necesidad del desarrollo económico sustentable de Yucatán por medio del Comercio Exterior. Esto significa que los profesionistas que egresen de esta carrera deben de ser capaces, además de construir cadenas de intercambio comercial, almacenamiento y de transporte de productos, de reconocer la realidad socioeconómica y la situación comercial de la entidad. Es decir, que el nuevo plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional tendrá un efecto positivo en incrementar y cumplir con las expectativas de localización y ampliación de mercados para los productos de Yucatán con la formación de profesionistas con conocimientos en economía, marketing, administración empresarial, etc.; así como con habilidades para analizar factores de la economía internacional, desarrollar estrategias comerciales internacionales, aplicar las normas internacionales en sus negocios, importaciones y exportaciones, diseñar estrategias logísticas, e investigar con visión de emprendurismo, todo esto en un marco de ética, responsabilidad social y sustentabilidad humana, medioambiental y económica. Por consiguiente, los problemas y necesidades comerciales y de relaciones internacionales plasmados en los planes, nacional y estatal, de desarrollo, pueden ser

afrontados por los egresados en comercio internacional de la UADY, contribuyendo a su solución por pertenecer al área de su competencia profesional, la problemática comercial internacional.

Adicionalmente, la pertinencia de este programa se ve sustentada por el análisis de la oferta de este plan de estudios en el mercado educativo el cual evidenció que, en los diferentes planes a nivel nacional, estos contemplan de manera general aspectos económicos, culturales y éticos para la formación de sus Licenciados en áreas afines relacionadas con comercio o negocios internacionales. En tanto que en los planes de estudio afines existentes en el estado, se pudo observar que estos hacen más énfasis en aspectos comerciales y de negocios, es decir, tienen una base más empresarial en la formación de sus egresados. Este no es el caso de la Licenciatura en Comercio Internacional de la Facultad de Economía la cual tiene como base en la formación de sus alumnos un enfoque multidisciplinario, lo que hace la diferencia fundamental con los otros planes de estudio del Estado, y en donde, así mismo, se hace énfasis en el enfoque de investigación en su proceso educativo.

El último punto que sustenta la pertinencia de este programa educativo, proviene de los conocimientos que debe tener un Licenciado en Comercio Internacional en la actualidad en el mercado laboral, donde los más importantes que se demandan son los relacionados con las áreas de: legislación del comercio exterior, logística de comercio exterior, mercadotecnia y comercialización internacional, planes y procesos de importación y exportación, negociación y contratos internacionales, humanística, economía, investigación, software especializado e idioma inglés. Lo anterior es resultado de que este mercado demanda hoy en día de personal especializado en el área de comercio internacional y de que entre los egresados y profesionales que emplea en esta área, han sido sus conocimientos especializados los que les han facilitado el encontrar empleo en áreas afines del comercio internacional, además de que en lo general se han empleado antes de terminar sus estudios profesionales o bien, en un tiempo breve después de haberlos concluido. Por lo tanto, resulta también manifiesta la pertinencia de la Licenciatura en Comercio Internacional desde la perspectiva de la necesidad de profesionales especializados en esta área en el mercado de trabajo.

En cuanto a la factibilidad del programa de la Licenciatura en Comercio Internacional, en primer término se puede afirmar que conforme a los propósitos de los planes de desarrollo nacional y estatal, en cuanto a la educación superior y su incidencia en el desarrollo científico y tecnológico y por lo tanto en los niveles de bienestar social, el Plan de Licenciatura procura, precisamente, mediante la formación de profesionales en su área, contribuir al logro de estos objetivos en razón de que la intención del programa académico es la preparación de profesionales, no sólo con los conocimientos y competencias necesarios, sino también con el liderazgo, valores éticos y de responsabilidad social, el compromiso con el desarrollo sustentable y con el reconocimiento a la diversidad cultural e identificación; los cuales les permitan abordar los cruciales problemas económicos, sociales, políticos y ambientales del país y proponer soluciones pertinentes, eficientes y eficaces a los mismos en pro del beneficio colectivo.

Un segundo punto que avala esta factibilidad se encuentra en que el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional estará acreditado por los organismos competentes nacionales e internacionales para asegurar su calidad educativa a nivel internacional; que todos sus programas de asignatura estarán basados en el Modelo Educativo para la Formación Integral y en la generación, innovación y aplicación del conocimiento, vinculados permanentemente con los sectores productivo, social y público; que formará egresados ampliamente apreciados por la sociedad y demandados por

los empleadores por ser socialmente responsables y poseer sólidas competencias profesionales; y porque su planta académica incorporará actividades docentes, permitiendo que los estudiantes aprendan en escenarios reales y realicen proyectos integradores.

Un último elemento a resaltar es el hecho de que actualmente la Licenciatura en Comercio Internacional está sustentada por el Cuerpo Académico en Comercio y Relaciones Internacionales, en proceso de consolidación, el cual desarrolla líneas de investigación vigentes y pertinentes, pertenece a la Red internacional de investigación de Relaciones Internacionales y Desarrollo Global, y que cuenta con vínculos con otras instituciones de educación superior y de investigación, con el sector productivo y con la sociedad en general. Además de que la Facultad de Economía, institución educativa que la imparte, cuenta con la infraestructura y recursos necesarios para su implementación como: aulas, audiovisuales y áreas de trabajo adecuados para la formación de los estudiantes; con los recursos suficientes para cubrir las necesidades de la enseñanza y atención de los mismos; y con la vinculación adecuada con los agentes externos que permiten que sus estudiantes desarrollen actividades en escenarios reales de aprendizaje.

2.4 Evaluación interna y externa del programa

2.4.1 Evaluación Interna

El personal directivo, así como el Cuerpo Académico en Comercio y Relaciones Internacionales concuerdan en que el plan de estudios no está organizado correctamente, ya que el orden de las asignaturas no es el ideal para que el aprendizaje del estudiante sea progresivo. Mencionan que ambos planes de estudios son antiguos y rígidos y es necesario actualizarlo para cubrir las demandas del mercado laboral. Los profesores consideran que una fortaleza es que los Programas Educativos están acreditados por instituciones acreditadoras a nivel nacional. Afirman que existen problemas en cuanto a la organización de las asignaturas, la secuencia de los contenidos, se requieren más asignaturas del área de humanidades, de investigación y especializadas en comercio internacional, así como vincular más los PE con el contexto global y el sector productivo. Sugieren la elaboración de un plan para implementar los PE y promover la cultura de la excelencia académica que actualmente no tiene la Facultad.

Los estudiantes consideran que es necesario actualizar los programas de asignatura y la literatura empleada ya que está desactualizada. Identifican que los profesores están sobrecargados y algunos imparten asignaturas que no dominan. Consideran que es necesario contratar especialistas. Afirman que el contenido de las asignaturas no está contextualizado a la profesión y no se abordan a profundidad ciertos temas básicos, además han notado que ciertas asignaturas no son tan relevantes para su formación y las consideran de "relleno".

En las últimas dos evaluaciones docentes se pudo observar que la mayoría de los profesores evaluados de la Facultad de Economía, se encuentran en un nivel sobresaliente y satisfactorio en cada una de las categorías evaluadas; concluyendo que sus profesores cumplen la labor docente que la UADY propone, pero sin dejar de considerar ciertos aspectos de mejora.

Tomando la información del estudio de seguimiento de egresados, todos los encuestados manifestaron que es necesario cambiar el plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional, ya sea considerando realizar cambios en las asignaturas, realizar cambios en la metodología de enseñanza, o realizar cambios en el perfil de los docentes. Uno de los aspectos que fue muy mencionado en este estudio, es que los profesores deben impartir las asignaturas con un enfoque más práctico y menos teórico, que enseñen a los estudiantes a aplicar los conocimientos adquiridos en las sesiones de clase, así mismo se destaca que se hace mención en que los profesores deben estar especializados en su asignatura.

De acuerdo a la trayectoria académica se pudo observar que la mayoría de alumnos rezagados y dados de baja del programa educativo se ubican en los primeros cuatro semestres. Las asignaturas que mayor reprobación reflejan son las relacionadas con las matemáticas. Esta es un área de oportunidad en la que se pueden hacer más aplicativos los programas de estas asignaturas.

2.4.2 Evaluación Externa

De acuerdo al CONACE en el dictamen de acreditación del programa de licenciatura de Comercio internacional 2012, un aspecto positivo a sostener en el nuevo plan de estudios es la formación teórica en los primeros semestres de la carrera por su contribución en la formación del pensamiento crítico y analítico en los estudiantes. Así como también el conjunto de asignaturas que aportan el saber-saber sobre el ambiente económico, político y social del país y el entorno internacional de los negocios. No obstante, señalaron la necesidad de una revisión y actualización del plan de estudios de manera integral estableciendo los contenidos básicos en las competencias centrales que definen al licenciado en comercio internacional. Sugirieron que en este proceso de revisión se deben incorporar las opiniones de los sectores público, privado y social, que integran el conjunto de los potenciales empleadores de los egresados de la carrera. Recomendaron asimismo que los estudiantes participen en proyectos de investigación enfocados a problemas del área, así como el implementar estrategias de investigación como una herramienta de enseñanza-aprendizaje. También recomendaron formar a los estudiantes en el uso de la TIC´s en el proceso de enseñanza del comercio internacional. Y el crear cursos y talleres para el desarrollo de las habilidades de la comunicación, en español e inglés e implementar cursos no presenciales par el trabajo de los estudiantes a distancia. Por último, en cuanto a la vinculación de los estudiantes con el sector empleador, recomendaron invitar a empresarios, especialistas, funcionarios y académicos a impartir semanarios, cursos y talleres de transmisión de saberes.

Considerando las evaluaciones del Examen de Egreso de la Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales, más del 80% de los alumnos de la licenciatura en Comercio Internacional lo acredita, inclusive, 56% de los egresados obtienen su título de Licenciatura a través de esta modalidad. El EGEL-CNI contempla 2 áreas que no están en la malla curricular del plan de estudios actual, estas son: negociación internacional y Logística Internacional, en ambos casos se ofrecen como asignaturas optativas.

Según el estudio de empleadores, es necesario un perfil de un profesional especializado en el comercio internacional de bienes y servicios. Consideran que es necesario que los egresados tengan más dominio del idioma inglés y de más aspectos legales relacionados con el comercio internacional,

sin embargo, de manera general se encuentran satisfechos con su desempeño al desarrollar sus funciones dentro de sus organizaciones.

Según los profesionales empleados es necesario modificar la metodología de enseñanza, considerando proporcionar al alumno más elementos prácticos y no solo teóricos, es importante que los profesores enseñan cómo aplicar los conocimientos en la práctica, ya que esto es lo que evalúan los empleadores cuando un egresado busca empleo. También consideran que es muy importante determinar perfiles adecuados de profesores para las asignaturas que se imparten, ya que no importan las modificaciones al plan, si los profesores no imparten adecuadamente su asignatura.

2.5 Conclusiones generales

El MEFI fomenta las relaciones e interacciones entre los diferentes actores que contribuyen en la Formación integral del estudiantado, con el compromiso de formar egresadas y egresados capaces de incorporarse en la sociedad con una actitud emprendedora y responsable en los ámbitos social, profesional y personal. Acorde con lo anterior, la modificación del Plan de Estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional incorpora asignaturas que brindarán las competencias necesarias para tener egresados con pertinencia social.

Por otra parte, debido al modelo económico de apertura comercial y de formación de bloques georegionales y tratados comerciales se corre el riesgo de aumentar la problemática económica comercial en la región de la Península de Yucatán. Es decir, que existen condiciones macroeconómicas adversas en los tres estados de la Península (decremento del PIB y de las exportaciones, rezagos sociales, etc.) que la ponen en desventaja en este contexto. Ante esto, los Organismos Institucionales, Gobierno Federal y Estatal, han planteado la necesidad del desarrollo económico sustentable del estado de Yucatán por medio del sector Comercio Exterior como la alternativa de solución. Donde una de las tareas principales es formar recursos humanos competentes para que en los diversos ámbitos del comercio exterior y de las relaciones internacionales se logre este desarrollo para bien de las futuras generaciones.

2.5.1 Justificación de las áreas de competencia definidas para el programa educativo.

Las áreas de competencia para un Licenciado en Comercio Internacional determinadas después de los análisis realizados son las siguientes:

- Análisis Económico: El egresado de la Licenciatura en Comercio Internacional es capaz de analizar factores económicos, sociales, culturales y políticos para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.

- Estrategias Comerciales: El egresado de la Licenciatura en Comercio Internacional es capaz de desarrollar estrategias comerciales con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en los mercados internacionales logrando desarrollar y expandir negocios y productos locales.

- Legislación del Comercio Internacional: El egresado de la Licenciatura en Comercio Internacional es capaz de entender la Legislación que regula el comercio internacional de mercancías y aplicar eficientemente los tratados comerciales internacionales, los regímenes y procedimientos aduaneros y determinar de forma correcta los impuestos aplicables al comercio internacional.

- Estrategias de Logística: El egresado de la Licenciatura en Comercio Internacional es capaz de diseñar estrategias logísticas, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos de los mercados internacionales, que permitan el desplazamiento de las mercancías para colocarlas en tiempo y forma en los lugares que son demandadas.

- Investigación: El egresado de la Licenciatura en Comercio Internacional es capaz de desarrollar proyectos de análisis del comercio y las relaciones internacionales que permitan promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

3 INTEGRACIÓN DE LOS EJES DEL MEFI

EJES DEL MEFI	Estrategias y acciones
ECA	Estrategias ▪ Planes y programas de estudio -Fomentar el desarrollo pleno de las competencias asociadas con el perfil de egreso. -Incorporar un concepto de crédito que considera las horas de actividades de aprendizaje del estudiantado dentro y fuera del aula para desarrollar las competencias. -Considerar el constructivismo como referente pedagógico ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Impulsar la investigación y elaboración de proyectos estudiantiles -Promover la diversificación de estrategias y recursos utilizados de aprendizaje para el proceso de enseñanza y aprendizaje. -Promover la diversidad y las modalidades de estudio para favorecer el aprendizaje y la autonomía del estudiante. ▪ Evaluación -Dar prioridad a la evaluación de proceso con un carácter esencial de retroalimentación continua y oportuna por parte del profesor. -Favorecer la evaluación del desempeño del profesorado como un medio para mejorar su práctica docente. -Asumir los exámenes de carácter nacional aplicado a estudiantes, egresados, como un indicador más de la calidad del programa educativo Acciones -Enseñar con énfasis en el aprendizaje significativo y contextualizado. -Desarrollar la función del profesor como facilitador del aprendizaje. -Promover la diversificación de estrategias y recursos utilizados para el proceso de enseñanza y aprendizaje. -Promover el desarrollo de la autonomía en el estudiante y de competencias para el aprendizaje permanente. -Fortalecer el estudio independiente del estudiante. -Impulsar a la investigación y elaboración de proyectos estudiantiles.
EBC	Estrategias ▪ Planes y programas de estudio -Expresar el perfil de egreso en competencias y se formula a partir de la identificación de los problemas profesionales, disciplinares e institucionales, presentes o del futuro. -Definir los contenidos de las asignaturas con base en competencias genéricas, disciplinares y específicas. -Crear cuerpos colegiados, los cuales trabajan de manera colaborativa para la mejora de los programas de estudio. ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Realizar la planeación didáctica con énfasis en el desarrollo de competencias.

	-Realizar prácticas estudiantiles en escenarios reales de aprendizaje. -Proporcionar al estudiante la oportunidad de desarrollar y demostrar sus competencias por medio de las asignaturas ▪ Evaluación -Utilizar los resultados de programas de trayectoria escolar, seguimiento de egresados y opinión de empleadores, así como consultas a actores externos como indicadores del desarrollo de competencias. -Evaluar el desempeño del profesor para la mejora de la asignatura y su práctica docente. -Valorar el desarrollo de competencias con base en el nivel de dominio de los estudiantes sobre las mismas lo cual tiene una representación cuantitativa y cualitativa. Acciones -Impulsar actividades y foros de aprendizaje que favorezcan el desarrollo de un sentido crítico y sensibilidad social. -Realizar actividades que fomenten la cultura emprendedora socialmente responsable en los estudiantes. -Diseñar actividades de aprendizaje que permitan el trabajo en distintos escenarios. -Orientar el aprendizaje a la solución de problemas. -Establecer actividades de aprendizaje que integren conocimientos, habilidades y actitudes.
Flexibilidad	Estrategias: ▪ Planes y programas de estudio -Incluir asignaturas optativas que contribuyen a la formación de un perfil de egreso personalizado. -Incluir asignaturas libres que favorezcan la formación integral en una variedad de ámbitos y contextos. -Hacer que el estudiante participe en la construcción de su propio perfil de egreso mediante la selección de asignaturas optativas y libres. -Propiciar el tránsito o movilidad de los estudiantes dentro y fuera de la universidad. ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Permitir movilizar los conocimientos hacia la práctica reflexiva. -Promover la variación de los recursos didácticos. -Favorecer la variedad en las evidencias de aprendizaje. ▪ Evaluación -Beneficiar la evaluación del desempeño del personal docente como un medio para mejorar su práctica docente. -Utilizar indicadores del desarrollo de competencias tales como: los resultados de programas de trayectoria escolar, seguimiento de egresados y opinión de empleadores así como consultas a actores externos. Acciones: -Contribuir a la Formación Integral mediante la selección de asignaturas

	-Facilitar el reconocimiento y la transferencia de créditos que impulse la movilidad estudiantil. -Favorecer la actualización permanente de los contenidos de las asignaturas. -Promover la formación integral del estudiante, complementar su perfil de egreso y su desarrollo de competencias genéricas mediante el ofrecimiento de asignaturas libres.
Innovación	Estrategias: ▪ Planes y programas de estudio -Promover diversas modalidades de estudio: presencial, no presencial y mixta. -Promover la diversificación del uso de las tecnologías de la información y la comunicación -Incorporar actividades de aprendizaje en todas las asignaturas que promueven el desarrollo de las competencias genéricas que dan identidad al estudiante UADY. ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Favorecer la creación de diversos escenarios de aprendizaje. -Incorporar estrategias de aprendizaje activas e innovadoras. -Favorecer el diseño de materiales didácticos en apoyo al aprendizaje. ▪ Evaluación -Desarrollar estándares de evaluación de competencias. -Realizar distintos tipos de evaluación Acciones: -Diseñar asignaturas en formas de proyectos -Promover la diversificación de los espacios de aprendizaje -Fomentar el uso de software educativo en las actividades de aprendizaje. -Poner en práctica actividades dentro del salón de clases que estimulen a los estudiantes a enfrentar problemas reales. -Promover la investigación como estrategia para el estudio de una situación y una propuesta metodológica para su implementación.
Responsabilidad social	Estrategias: ▪ Planes y programas de estudio -Incorporar la asignatura institucional responsabilidad social universitaria. -Propiciar la creación de proyectos innovadores por los estudiantes que den respuesta a problemáticas locales, regionales, nacionales e internacionales. ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Fomentar la cultura emprendedora socialmente responsable en el estudiante. -Favorecer el desarrollo de un sentido crítico y sensibilidad social en las actividades de aprendizaje ▪ Evaluación -Promover la evaluación de los servicios y de la función directiva de forma transparente. Acciones:

	-Promover el desarrollo de actitudes y valores como el respeto por la multiculturalidad y diversidad. -Generar contactos con agentes de la sociedad involucrados en la mejora de los problemas sociales, económicos y ecológicos que acerquen a los estudiantes a la realidad social. -Establecer actividades de aprendizaje que favorezcan el desarrollo del sentido crítico y la sensibilidad social. -Facilitar el aprendizaje basado en proyectos sociales. -Fomentar el trabajo colaborativo dentro o fuera del aula.
Internacionalización	Estrategias ▪ Planes y programas de estudio -Permitir la movilidad de estudiantes dentro y fuera de la universidad en instituciones nacionales e internacionales. -Fomentar el establecimiento de redes de colaboración académica -Incorporar el aprendizaje de inglés como segundo idioma para acceder al conocimiento escrito en esa lengua. -Considerar elementos y enfoques de carácter nacional y mundial en los contenidos de las asignaturas. ▪ Proceso de enseñanza y aprendizaje -Favorecer el uso de materiales y referencias en otro idioma de estudiantes y profesores. -Desarrollar el pensamiento crítico global. -Promover la valoración y respeto a la diversidad y multiculturalidad. -Asumir la movilidad internacional como una experiencia de aprendiza que desarrolla y potencia competencias. ▪ Evaluación -Promover las evaluaciones y acreditaciones nacionales e internacionales de los programas educativos, como indicadores de calidad. -Incorporar representantes del sector de empleadores y diversos actores de la comunidad educativa en la participación en el proceso de rediseño, desarrollo y evaluación curricular. Acciones: -Tener estudiantes locales e internacionales en un mismo grupo -Impulsar la movilidad de estudiantes en instituciones internacionales. -Fomentar el establecimiento de nuevas redes de colaboración académica y fortalecer las existentes. -Incluir literatura internacional en la bibliografía de los programas de asignatura. -Favorecer el uso de actividades que fomenten el conocimiento de la cultura local en los estudiantes extranjeros con apoyo de los estudiantes locales. -Traer profesores visitantes internacionales.

4 OBJETIVO GENERAL DEL PLAN DE ESTUDIOS

Formar profesionistas con sólidas competencias que le permitan intervenir estratégicamente en el contexto global del comercio internacional de bienes y servicios a través de la identificación de las oportunidades de los tratados y mecanismos de integración, y del reconocimiento de mercados potenciales para la internacionalización de la empresa, mediante la aplicación del análisis económico, la investigación de mercados, y el diseño de estrategias y logísticas innovadoras con riguroso apego a las reglamentaciones vigentes, respetando la interculturalidad y procurando el intercambio justo y el desarrollo sustentable.

5 PERFIL DE INGRESO

Es recomendable que los aspirantes a ingresar a la Licenciatura en Comercio Internacional posean las competencias que todo egresado de nivel medio superior formado en el marco curricular común del Sistema Nacional de Bachillerato mexicano debe poseer, mismas que la UADY declara en su perfil de egreso de Bachillerato General Universitario. Sin embargo, se recomienda ampliamente que el aspirante presente con mayor nivel de desarrollo las siguientes competencias:

Competencias genéricas:

- Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante la utilización de medios, códigos y herramientas apropiados.
- Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.
- Sustenta una postura personal sobre temas de interés y relevancia general, considerando otros puntos de vista de manera crítica y reflexiva.
- Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.
- Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.
- Participa con una conciencia cívica y ética en la vida de su comunidad, región, México y el mundo.
- Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.
- Contribuye al desarrollo sustentable de manera crítica, con acciones responsables.

Competencias Disciplinares:

MATEMÁTICAS

- Formula y resuelve problemas matemáticos, aplicando diferentes enfoques.
- Analiza las relaciones entre dos o más variables de un proceso social o natural para determinar o estimar su comportamiento.

CIENCIAS SOCIALES

- Interpreta su realidad social a partir de los procesos históricos locales, nacionales e internacionales que la han configurado.
- Establece la relación entre las dimensiones políticas, económicas, culturales y geográficas de un acontecimiento.
- Analiza con visión emprendedora los factores y elementos fundamentales que intervienen en la productividad y competitividad de una organización y su relación con el entorno socioeconómico.

- Valora distintas prácticas sociales mediante el reconocimiento de sus significados dentro de un sistema cultural, con una actitud de respeto.

COMUNICACIÓN

- Plantea supuestos sobre los fenómenos naturales y culturales de su entorno con base en la consulta de diversas fuentes.
- Expresa ideas y conceptos en composiciones coherentes y creativas, con introducciones, desarrollo y conclusiones claras.
- Identifica e interpreta la idea general y posible desarrollo de un mensaje oral o escrito en una segunda lengua, recurriendo a conocimientos previos, elementos no verbales y contexto cultural.
- Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para investigar, resolver problemas, producir materiales y transmitir información.

6 PERFIL DE EGRESO

6.1 Áreas de competencia

En consideración a lo expuesto en páginas anteriores, se discutió ampliamente en las academias de profesores de Comercio Internacional sobre la pertinencia de las áreas de competencia, llegando al acuerdo de delinear las siguientes áreas de competencia para el Licenciado en Comercio Internacional en la actual propuesta de modificación:

- Análisis económico.
- Estrategias comerciales.
- Legislación del comercio internacional.
- Estrategias de logística.
- Investigación.

6.2 Competencias de egreso

Análisis Económico	Estrategias Comerciales	Legislación del Comercio Internacional	Estrategias de Logística	Investigación
Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.	Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados, estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.	Aplica la legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.	Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.	Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región, aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

6.3 Desagregado de saberes

Análisis Económico		
Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.		
Saber hacer	Saber conocer	Saber ser
Analiza de forma crítica y reflexiva el funcionamiento del sistema económico de mercado desde la perspectiva micro y macroeconómica en un contexto globalizador.	Describe los principios económicos de la teoría del mercado y de la empresa en el contexto del comercio mundial de forma ética y responsable	Desempeña sus actividades analíticas con creatividad y ética profesional para promover un comercio equitativo y sustentable.
Analiza de manera fundamentada la historia del comercio internacional y su relación con la evolución del comercio exterior de México en un contexto de economía internacional.	Explica de manera fundamentada la relación y dependencia entre los grandes agregados de la actividad económica en un contexto globalizador.	Asume sus actividades con ética y responsabilidad social corporativa en el comercio y los negocios internacionales.
Evalúa de forma crítica y reflexiva las estrategias de orden económico y comercial del Estado mexicano para proteger su economía o dotarse de las tecnologías o productos estratégicos para su desarrollo futuro en un contexto económico global.	Describe con argumentos congruentes y lógicos los ciclos de globalización y desglobalización en el comercio internacional, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico de los países	Aprecia la importancia de sus raíces culturales y asume un comportamiento intercultural en situaciones de multiculturalidad.
Evalúa con argumentos congruentes y lógicos los diferentes mercados internacionales y financieros para la identificación de oportunidades comerciales y el desarrollo de proyectos estratégicos en un contexto de economía globalizada.	Reconoce de forma clara y ordenada los factores relacionados con el desarrollo del intercambio de bienes, así como los sectores que, desde la Colonia hasta la integración de México a los bloques económicos, fueron incentivados con base en las políticas económicas aplicadas para el logro de un desarrollo sustentable.	Promueve el trabajo en equipos inter y multidisciplinarios para el logro de objetivos conjuntos, desde enfoques complementarios.
Aplica de manera crítica y reflexiva las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización	Identifica de forma clara y ordenada la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los mercados en el mundo para la detección de oportunidades de	

actual y del desarrollo sustentable.	comercio en una economía globalizada.	
	Identifica de forma clara y ordenada los mercados que sirven a los inversionistas o a los que requieren de financiamiento para el desarrollo de planes estratégicos en un contexto de economía internacional.	

Estrategias Comerciales		
Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.		
Saber hacer	Saber conocer	Saber ser
Desarrolla de forma coherente estudios de mercado internacionales identificando variables estratégicas para el aprovechamiento de oportunidades comerciales	Identifica de forma clara y ordenada el proceso de investigación de mercados, así como los métodos, fuentes y herramientas de investigación aplicables en el ámbito internacional.	Promueve eficientemente el trabajo en equipo para la resolución de problemas en operaciones de comercio internacional
Diseña de manera congruente estrategias de comercialización de productos y servicios considerando los gustos y necesidades del mercado objetivo en un contexto internacional.	Identifica de forma clara los diferentes tipos de necesidades, así como los tipos de deseos y satisfactores que puede tener el mercado.	Fomenta con argumentos congruentes y lógicos el uso de la investigación de mercados para la creación de planes estratégicos de comercialización internacional.
Diseña estrategias de comercialización de productos y servicios considerando las regulaciones técnicas del país objetivo en un contexto internacional.	Identifica de forma coherente los diferentes tipos de regulaciones arancelarias y no arancelarias que puede tener un mercado internacional.	Promueve de manera respetuosa la creatividad para la resolución de problemas relacionados con la comercialización internacional de mercancías
Desarrolla de manera fundamentada la oferta exportable de una empresa o región considerando sus ventajas competitivas	Reconoce de forma clara las ventajas de la aplicación de la teoría de la ventaja competitiva en productos y servicios de su localidad.	Respeta la diversidad cultural cumpliendo con los elementos de comunicación y promoción generalmente aceptados en otros países
Maneja de forma eficiente tecnologías de la información, y las metodologías cuantitativas y cualitativas pertinentes para la comercialización de productos	Identifica software especializado para el análisis de datos de los mercados internacionales.	

Diseña de manera creativa diversas estrategias de negociación que amplíen las oportunidades de comercialización de los productos regionales en los mercados internacionales.		
Evalúa de manera coherente oportunidades de comercio y negocios internacionales entre organizaciones para el desarrollo empresarial regional.		

Legislación del Comercio Internacional		
Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.		
Saber hacer	Saber conocer	Saber ser
Emplea de forma correcta la documentación necesaria para los trámites de importación o exportación de mercancías en las operaciones de comercio exterior.	Identifica de forma clara las diferentes formas legales en que pueden entrar las mercancías al país o pueden salir del mismo	Promueve eficientemente el trabajo en equipo para la resolución de problemas en operaciones de comercio internacional.
Aplica de manera coherente las normas internacionales, regímenes aduanales vigentes y programas públicos de fomento al comercio exterior en las operaciones de comercio exterior.	Reconoce de forma clara y ordenada el proceso y los documentos necesarios para realizar trámites de importación o exportación	Promueve apegado a los ordenamientos legales los valores éticos, la transparencia y la rendición de cuentas en las operaciones de comercio internacional.
Calcula correctamente los impuestos y derechos derivados de las operaciones de comercio exterior.	Identifica de forma congruente los tipos de impuestos y contribuciones derivados del comercio exterior de mercancías.	Fomenta de manera fundamentada operaciones comerciales internacionales sustentándose en la legislación
Implementa de forma fundamentada estrategias apegadas a la ley para el pago o exención de impuestos en las operaciones de comercio exterior.	Identifica de forma clara los ordenamientos legales relacionados con los impuestos al comercio exterior	Promueve de manera respetuosa la creatividad para la resolución de problemas relacionados con la comercialización internacional de mercancías
Aplica de forma fundamentada los ordenamientos legales	Identifica de forma clara en el contexto de operaciones internacionales las	

relacionados a las infracciones y sanciones en el desarrollo de estrategias de defensa legal en materia aduanera	infracciones y sanciones relacionadas con el comercio exterior y las causas relacionadas.	
Plantea estratégicamente planes que promueven la comercialización de productos por medio de la correcta aplicación de las leyes de comercio exterior		

Estrategias de Logística		
Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.		
Saber hacer	Saber conocer	Saber ser
Gestiona de forma coherente y ordenada el proceso logístico de mercancías en operaciones comerciales internacionales.	Reconoce aspectos sobre abastecimiento, insumos, compras, producción, transporte, almacenaje y distribución en operaciones internacionales.	Fomenta de forma congruente planes que promueven la comercialización de productos por medio de la distribución
Elabora de forma coherente y ordenada el plan de embarque internacional para un producto en operaciones comerciales internacionales.	Reconoce de forma clara los conceptos de stock mínimo y máximo y administración de inventarios en las empresas.	Promueve eficientemente el trabajo en equipo para la resolución de problemas en operaciones de comercio internacional.
Selecciona de forma coherente los medios de transporte internacional considerando el tipo de producto y el mercado destino en operaciones comerciales internacionales.	Identifica de forma clara y ordenada el proceso completo de transporte de mercancías en las operaciones comerciales internacionales.	Promueve de manera respetuosa la creatividad para la resolución de problemas relacionados con la comercialización internacional de mercancías.
Cotiza de manera eficiente el transporte internacional de mercancías considerando los INCOTERMS en operaciones comerciales internacionales.	Identifica de forma clara las ventajas y desventajas de cada medio de transporte de mercancías en las operaciones internacionales.	Respeta el medio ambiente por medio de soluciones de empaques con menor impacto ambiental en las operaciones comerciales.
Asegura de forma coherente las mercancías en operaciones comerciales internacionales.	Diferencia los INCOTERMS considerando los costos, los riesgos y el momento de entrega de las mercancías en las operaciones comerciales internacionales.	Respeta la diversidad cultural en las operaciones internacionales cumpliendo con los elementos de comunicación de envase y empaque generalmente aceptados en otros países

Implementa de forma ordenada los procedimientos legales, administrativos y logísticos para desarrollar un negocio de comercio internacional.	Reconoce los diferentes tipos de seguros comerciales, así como los aspectos que intervienen en el costo del seguro de mercancías en las operaciones comerciales internacionales.	
Desarrolla de manera fundamentada estrategias de distribución de mercancías en escenarios internacionales de negocios.	Reconoce de forma ordenada los procesos de registro, manejo y control de operaciones de producción en negocios internacionales.	

Investigación		
Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.		
Saber hacer	Saber conocer	Saber ser
Gestiona la información pertinente relacionada con las realidades del comercio internacional usando el herramental metodológico de la investigación con apego a las normas de la elaboración científica de trabajos, de responsabilidad y de ética en el manejo de información.	Identifica los fundamentos teóricos de la metodología científica, de acuerdo con los diferentes autores y paradigmas, para el análisis de la problemática del comercio mundial.	Promueve de manera responsable el trabajo en equipos inter y multidisciplinarios para el logro de objetivos conjuntos y la participación social en el diseño de proyectos de análisis del comercio internacional.
Aplica protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia y eficiencia.	Identifica procesos e instrumentos informáticos y de divulgación de los resultados de proyectos de investigación sobre la problemática del comercio internacional tomando en cuenta los modelos existentes en varios países.	Fomenta de acuerdo con criterios éticos el proceso de investigación con apego a los valores éticos de la Economía y de la Declaración sobre la Ciencia y el Uso del Saber Científico de la UNESCO.
Construye proyectos terminales sobre comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico, informático y comunicativo en varios idiomas, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.	Reconoce de forma clara y ordenada las tipologías y la metodología (técnicas e instrumentos) para el desarrollo de proyectos de investigación sobre el comercio mundial tomando como referencia al método científico.	Promueve de manera respetuosa los valores éticos, lo multicultural, la transparencia y la rendición de cuentas en el logro del desarrollo sustentable.

Desarrolla su servicio social en comercio internacional asumiendo de forma ética y responsable las tareas que le corresponden en instituciones o dependencias de gobierno y en empresas.	Reconoce la interdisciplinariedad del diseño de proyectos de investigación y las metodologías para la integración de las aportaciones de cada disciplina en el contexto de la problemática del comercio internacional.	Fomenta de manera respetuosa el uso racional de los recursos y el desarrollo sostenible al diseñar proyectos de análisis del comercio internacional.
Desarrolla su labor profesional en comercio internacional asumiendo responsablemente las tareas que le corresponden en instituciones o dependencias de gobierno y en empresas.	Reconoce las bases administrativas y metodológicas, así como los constreñimientos económicos, sociales, multiculturales y ambientales presentes en la elaboración de proyectos de investigación sobre el comercio mundial.	Valora las necesidades e intereses de los actores involucrados al diseñar proyectos de análisis del comercio internacional con criterios de equidad, inclusión y participación.
		Fomenta el aprendizaje continuo utilizando la investigación como herramienta de actualización profesional inserto en un entorno cambiante y de incertidumbre.

6.4 Competencias disciplinares

1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.

7 ESTRUCTURA CURRICULAR

7.1 Descripción del plan de estudios

El presente plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional es flexible y está alineado a la misión y visión institucional, así como a los principios fundamentales que sustentan las funciones sustantivas de la UADY y la metodología, estrategias y acciones para la implementación del MEFI en los programas educativos de la Universidad, como propuesta para promover la Formación Integral del estudiante bajo una filosofía humanista. En este sentido, dicha formación se promueve en la propuesta curricular a través de los siguientes seis ejes transversales que tienen implicaciones en la estructura curricular aquí descrita: Responsabilidad Social Universitaria; Flexibilidad; Innovación; Internacionalización; Educación Centrada en el Aprendizaje; y, finalmente, Educación Basada en Competencias. Asimismo, la presente propuesta curricular cumple con las recomendaciones de mejora realizadas por el CONACE en la última evaluación del plan de estudios realizada en 2012.

Considerando el modelo MEFI, el plan de estudios adopta el acuerdo 279 de la Secretaría de Educación Pública (SEP) para la asignación de créditos. En este sentido, en esta propuesta, se considera que cada hora efectiva de aprendizaje del estudiante, se asignarán 0.0625 créditos, es decir, un crédito equivale a 16 horas de actividades de aprendizaje de manera presencial o no presencial. Exceptuando las asignaturas Servicio social y Formación en la práctica, en las cuales la equivalencia en créditos está en relación de un crédito por 40 horas de actividades de aprendizaje.

La malla curricular del plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional se organiza en nueve semestres en donde el estudiante debería cursar un total mínimo de 360 créditos. Para ello deberá acreditar tres tipos de asignaturas: obligatorias, optativas y libres. El programa de estudios plantea 288 créditos de asignaturas obligatorias y el estudiante deberá acreditar un mínimo de 54 créditos de asignaturas optativas y un mínimo de 18 créditos de asignaturas libres. Las asignaturas del plan de estudios están distribuidas en relación al mínimo de créditos de la siguiente manera:

Tipo de Asignatura	Total de Créditos	%
Obligatoria	**288**	**80**
Optativa	**54**	**15**
Libre	**18**	**5**
Total mínimo de créditos del programa educativo	**360**	**100**

Las 44 asignaturas obligatorias (incluyendo: Prácticas Profesionales y Servicio Social) corresponden a los saberes indispensables que debe adquirir el estudiante para el logro de las competencias de egreso, dichas asignaturas tienen una mayor carga académica en los primeros semestres y disminuye gradualmente mientras avanzan en el programa educativo. Por otro lado, las asignaturas libres, las cuales promoverán el desarrollo de la Formación Integral del estudiante,

podrán ser cursadas una vez que el estudiante acredite 40 créditos y podrán ser elegidas de acuerdo a la oferta del programa educativo Licenciatura en Comercio Internacional y/o de cualquier plan de estudios que ofrezca la UADY, mientras que las asignaturas optativas, las cuales permiten al estudiante participar en la construcción de su perfil de egreso, se podrán elegir cuando el alumno apruebe al menos 114 créditos.

La lógica y organización de las asignaturas en la malla curricular se realizó a partir de la conformación de cinco ejes curriculares, los cuales se establecieron a partir del tipo de asignatura que se le ofertará al estudiante; dichos ejes curriculares son los siguientes:

- Matemáticas
- Administración
- Economía
- Comercialización
- Legislación y Normatividad
- Relaciones y Comunicación
- Integrador

En la siguiente tabla se muestra la distribución de asignaturas, número de horas de actividades de aprendizaje y total de créditos por cada eje curricular propuesto:

Nombre del eje curricular	Número de asignaturas obligatorias	Número de horas de actividades de aprendizaje	Total de Créditos
Matemáticas	4	384	24
Economía	8	800	50
Administración	5	464	29
Comercialización	7	752	47
Legislación y Normatividad	6	640	40
Relaciones y Comunicación	6	592	37
Integrador*	8	1552	61
Total	44	5296	288

*Incluye el Servicio Social y Prácticas Profesionales con una equivalencia en créditos y horas de un crédito es igual a 40 horas de actividades de aprendizaje.

7.2 Distribución de las horas de actividades de aprendizaje presenciales y no presenciales.

La modalidad del plan de estudio de la licenciatura en Comercio Internacional es mixta ya que incorpora créditos de asignaturas con actividades de aprendizaje presenciales y no presenciales.

Como puede verse en la malla curricular la mayoría de las asignaturas se impartirá con el porcentaje de 50% de horas con actividades de aprendizaje presenciales y 50% no presenciales, sin embargo, algunas asignaturas presentan necesidades particulares en virtud de las competencias de tipo instrumental o de otras características como las siguientes:

- Son asignaturas de los primeros semestres por lo que los alumnos no tienen conocimientos previos sobre los contenidos.
- Son asignaturas que promueven el desarrollo de habilidades básicas o brindarán herramientas que se requieren para el adecuado desempeño en otras asignaturas.
- Requieren supervisión constante.

Estas asignaturas son:

- Principios de Contabilidad. 48 horas presenciales y 32 no presenciales.
- Taller de Investigación Documental. 48 horas presenciales y 32 no presenciales.
- Servicio Social. 480 horas presenciales y ninguna hora no presencial.
- Prácticas profesionales. 480 horas presenciales y ninguna hora no presencial.

La distribución según los ejes curriculares se presenta a continuación:

Eje Matemáticas

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante las metodologías y herramientas cuantitativas aplicables para la solución de problemas económicos relacionados con el comercio internacional. En total son cuatro asignaturas y 24 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CIMA 1001	Introducción a los Métodos Cuantitativos	6	48	48	96	Ninguno
CIMA 2001	Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional	6	48	48	96	CIMA 1001
CIMA 3001	Estadística Aplicada a los Negocios	6	48	48	96	Ninguno
CIMA 4001	Investigación de Operaciones	6	48	48	96	Ninguno
	Total	24	192	192	384	

Eje Economía

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los elementos teóricos y prácticos relacionados con el análisis económico de los diferentes aspectos del comercio internacional. En total son ocho asignaturas y 50 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito

CIEC 1004	Geoeconomía	6	48	48	96	Ninguno
CIEC 1005	Historia del Comercio Mundial	6	48	48	96	Ninguno
CIEC 2005	Comercio Internacional	7	56	56	112	Ninguno
CIEC 3004	Microeconomía aplicada al Comercio Internacional	6	48	48	96	Ninguno
CIEC 3005	Evolución del Comercio Internacional de México	7	56	56	112	Ninguno
CIEC 4005	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	6	48	48	96	CIEC 3004
CIEC 5005	Mercados Internacionales	6	48	48	96	Ninguno
CIEC 6005	Mercados Financieros	6	48	48	96	Ninguno
	Total	50	400	400	800	

Eje Administración

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los elementos teóricos y prácticos relacionados con el proceso administrativo considerando los aspectos internos y del entorno de las organizaciones. En total son cinco asignaturas y 29 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CIAD 1002	Administración	6	48	48	96	Ninguno
CIAD 1003	Principios de Contabilidad	5	48	32	80	Ninguno
CIAD 2002	Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios	6	48	48	96	Ninguno
CIAD 3002	Cultura Organizacional y Liderazgo	6	48	48	96	Ninguno
CIAD 4002	Ambiente de Negocios Internacionales	6	48	48	96	Ninguno
	Total	29	240	224	464	

Eje Comercialización

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los elementos teóricos y prácticos relacionados con la estrategia de comercialización internacional. En total son siete asignaturas y 47 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CICO 5001	Estrategias para la Internacionalización de las Empresas	6	48	48	96	Ninguno
CICO 5002	Inteligencia Comercial	6	48	48	96	Ninguno
CICO 6001	Mercadotecnia	7	56	56	112	Ninguno
CICO 6002	Logística Internacional	7	56	56	112	Ninguno
CICO 7001	Promoción en Mercados Internacionales	7	56	56	112	CICO 6001
CICO 8001	Mercadotecnia Internacional	7	56	56	112	CICO 6001
CICO 9001	Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	7	56	56	112	CICO 8001
	Total	47	376	376	752	

Eje Legislación y Normatividad

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los fundamentos legales y normativos de la operación del comercio internacional. En total son seis asignaturas y 40 créditos obligatorios

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CILN 2004	Derecho Mercantil	6	48	48	96	Ninguno
CILN 4004	Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México	7	56	56	112	Ninguno
CILN 5004	Aduanas y Derecho Aduanero	7	56	56	112	CILN 4004
CILN 6004	Tramitación Aduanera	7	56	56	112	CILN 5004
CILN 7002	Medios de Defensa Aduanera	7	56	56	112	CILN 6004
CILN 7003	Marco Legal Ecológico Internacional	6	48	48	96	Ninguno
	Total	40	320	320	640	

Eje Relaciones y Comunicación

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los elementos teóricos y prácticos relacionados con el proceso de comunicación el cual es aplicable a las relaciones internacionales. En total son seis asignaturas y 37 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CIRC 2003	Cultura y Globalización	6	48	48	96	Ninguno
CIRC 3003	Comunicación Intercultural	6	48	48	96	Ninguno
CIRC 4003	Teoría de las Relaciones Internacionales	6	48	48	96	Ninguno
CIRC 5003	Diplomacia Comercial	6	48	48	96	CIRC 4003
CIRC 6003	Negociación Comercial Internacional	7	56	56	112	CIRC 3003
CIRC 8003	Taller de Inglés para Negocios	6	48	48	96	Acreditar el nivel B1 del programa institucional de inglés
	Total	37	296	296	592	

Eje Integrador

Este eje incluye las asignaturas que aportan al estudiante los elementos que definen su formación integral y profesional. En total son 8 asignaturas y 61 créditos obligatorios.

Clave	Nombre de la asignatura	Créditos	Horas presenciales	Horas no presenciales	Total de horas	Requisito
CIIN 1006	Responsabilidad Social Universitaria	6	48	48	96	Ninguno
CIIN 1007	Taller de Investigación Documental	5	48	32	80	Ninguno
CIIN 2006	Cultura Maya	6	48	48	96	Ninguno
CIIN 3006	Cultura Emprendedora	6	48	48	96	Ninguno
CIIN 8002	Seminario de Investigación	7	56	56	112	Ninguno
CIIN 9002	Seminario de Investigación II	7	56	56	112	CIIN 8002
CIIN 7004	Servicio Social	12	480	0	480	70% de los créditos del plan de estudios

CIIN 8004	Prácticas Profesionales	12	480	0	480	80% de los créditos del plan de estudios
	Total	61	1248	288	1,552	

8 MALLA CURRICULAR

La malla curricular del plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional es flexible y está conformada por 44 asignaturas obligatorias (incluyendo servicio social y prácticas profesionales) y un número variable de optativas y libres, organizadas idealmente en nueve semestres, que los estudiantes deberán cursar para obtener un mínimo de 360 créditos. De estos, 288 créditos son de asignaturas obligatorias, incluyendo Servicio Social y Prácticas profesionales; a menos 54 créditos corresponden a las asignaturas optativas que podrá comenzar a cursar a partir de haber aprobado 114 créditos; y al menos 18 créditos de asignaturas libres que podrán cursar a partir de haber aprobado 40 créditos.

La organización semestral de las asignaturas que se presentan en la siguiente página es "Ilustrativa", muestra la secuencia recomendada para que el estudiante pueda concluir sus estudios en un mínimo recomendado de nueve semestres. El estudiante tiene la responsabilidad de diseñar la secuencia que le sea más conveniente para adquirir el mínimo de créditos establecidos para obtener el título de licenciatura, siempre y cuando no exceda sus estudios en más de 14 semestres.

Las asignaturas obligatorias se presentan agrupadas por semestres. Primero se enlistan las asignaturas recomendadas para el primer semestre, luego las del segundo, y así sucesivamente. Los datos que se presentan en la malla curricular por cada asignatura son los siguientes:

Clave de Asignatura			
Nombre de Asignatura			Créditos
Horas Totales	Horas presenciales	Horas no presenciales	Seriación

CAMPUS DE CIENCIAS SOCIALES, ECONÓMICO-ADMINISTRATIVAS Y HUMANIDADES-FACULTAD DE ECONOMÍA

MALLA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL - MODALIDAD MIXTA

360 CRÉDITOS - TOTAL DE HORAS 6,336

Primer Semestre	Segundo Semestre	Tercer Semestre	Cuarto Semestre	Quinto Semestre	Sexto Semestre	Séptimo Semestre	Octavo semestre	Noveno Semestre
CIMA1001 Introducción a los Métodos Cuantitativos 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIMA2001 Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / CIMA 1001	CIMA3001 Estadística Aplicada a los Negocios 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIMA4001 Investigación de Operaciones 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CICO5001 Estrategias para la Internacionalización de las Empresas 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CICO6001 Mercadotecnia 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CICO7001 Promoción en Mercados Internacionales 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CICO 6001	CICO8001 Mercadotecnia Internacional 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CICO 6001	CICO9001 Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CICO 8001
CIAD1002 Administración 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIAD2002 Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIAD3002 Cultura Organizacional y Liderazgo 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIAD4002 Ambiente de Negocios Internacionales 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CICO5002 Inteligencia Comercial 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CICO6002 Logística Internacional 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CILN7002 Marco Legal Ecológico Internacional 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIIN8002 Seminario de Investigación 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CIIN9002 Seminario de Investigación II 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CIIN 8002
CIAD1003 Principios de Contabilidad 5 C — HT 80 / HP 48 / HNP 32 / -	CIRC2003 Cultura y Globalización 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIRC3003 Comunicación Intercultural 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIRC4003 Teoría de las Relaciones Internacionales 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIRC5003 Diplomacia Comercial 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / CIRC 4003	CIRC6003 Negociación Comercial Internacional 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CIRC 3003	CILN7003 Medios de Defensa Aduanera 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CILN 6004	CIRC8003 Taller de Inglés para Negocios 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	
CIEC1004 Geoeconomía 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CILN2004 Derecho Mercantil 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIEC3004 Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CILN4004 Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CILN5004 Aduanas y Derecho Aduanero 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CILN 4004	CILN6004 Tramitación Aduanera 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / CILN 5004			
CIEC1005 Historia del Comercio Mundial 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIEC2005 Comercio Internacional 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CIEC3005 Evolución del Comercio Internacional de México 7 C — HT 112 / HP 56 / HNP 56 / -	CIEC4005 Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / CIEC 3004	CIEC5005 Mercados Internacionales 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIEC6005 Mercados Financieros 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -			
CIIN1006 Responsabilidad Social Universitaria 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIIN2006 Cultura Maya 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -	CIIN3006 Cultura Emprendedora 6 C — HT 96 / HP 48 / HNP 48 / -						
CIIN1007 Taller de Investigación Documental 5 C — HT 80 / HP 48 / HNP 32 / -								
40 créditos	37 créditos	37 créditos	31 créditos	31 créditos	34 créditos	20 créditos	20 créditos	14 créditos
640 Horas	592 horas	592 horas	496 horas	496 horas	544 horas	320 horas	320 horas	224 horas

Ejes Curriculares

- Matemáticas
- Administración
- Economía
- Comercialización
- Legislación y normatividad
- Relaciones y Comunicación
- Integrador

Asignaturas Libres Mínimo = 18 Créditos = 288 horas

Servicio Social = 12 Créditos = 480 horas

Prácticas Profesionales = 12 Créditos = 480 horas

Asignaturas Optativas = Mínimo 54 Créditos = 864 horas

MODELO EDUCATIVO PARA LA FORMACIÓN INTEGRAL

Total de horas de aprendizaje efectivo del plan de estudios	Total de créditos del plan de estudios
6,336	360 créditos mínimos

Semestre	Total de horas	Créditos
Primero	640	40
Segundo	592	37
Tercero	592	37
Cuarto	496	31
Quinto	496	31
Sexto	544	34
Séptimo	320	20
Octavo	320	20
Noveno	224	14
Asignaturas optativas	864	Al menos 54
Asignaturas libres	288	Al menos 18
Servicio Social	480	12
Prácticas profesionales	480	12
Total	6,336	360

Nombre del eje curricular	Total de horas	Total de Créditos
Matemáticas	384	24
Administración	480	30
Economía	800	50
Comercialización	768	48
Legislación y Normatividad	608	38
Relaciones y Comunicación	592	37
Integrador*	1552	61
Total	5296	288

8.1 Equivalencias de créditos y semestres

Para fines administrativos y de operación de programa, se propone la siguiente tabla de equivalencias la cual establece el número de créditos necesarios para que se considere que un estudiante alcanzó el semestre correspondiente a la equivalencia de créditos acreditados.

Semestre	Equivalencia en Créditos
Primero	40
Segundo	83
Tercero	126
Cuarto	169
Quinto	212
Sexto	252
Séptimo	302
Octavo	334
Noveno	360

8.2 Asignaturas optativas

El programa de estudios considera un mínimo de 54 créditos de asignaturas optativas las cuales el estudiante podrá escoger después de haber aprobado 114 créditos. Las siguientes asignaturas optativas están contempladas para reforzar las áreas de competencia de la licenciatura, sin embargo, el listado no exhaustivo ni limitativo. El estudiante podrá elegir optativas en la Facultad de Economía, las Facultades de la UADY y/o de cualquier otra dependencia universitaria de reconocido prestigio.

Asignaturas Optativas (6 créditos cada una)			
Análisis Económico	**Estrategias Comerciales**	**Legislación del Comercio Internacional**	**Estrategias Logísticas**
Régimen Monetario, Bancario y Financiero Internacional	Planeación Financiera	Elaboración de Pedimentos	Compras Internacionales
Relaciones Económicas Internacionales	Contratos Internacionales	Clasificación Arancelaria de Mercancías	Gestión de la producción e inventarios
Políticas públicas para el Fomento del Comercio Internacional	Desarrollo Sustentable	Valoración Aduanera de Mercancías	Transporte Internacional de mercancías

Análisis de Tratados Comerciales	Integración Comercial Internacional	Programa de Fomento IMMEX	Operadores Logísticos en el Comercio Internacional
Seminario de Temas Selectos de Comercio Internacional	Desarrollo Económico Regional	Seminario de Derecho Marítimo	Comercio Electrónico

Por los contenidos de las asignaturas optativas y su relación con las asignaturas obligatorias se muestra la siguiente tabla, la cual señala a partir de cual semestre pueden cargar cada asignatura optativa. El cuadro muestra el semestre mínimo en el que pueden cargar cada optativa, pudiendo cargar optativas que aparecen señaladas en semestres anteriores sin importar que el estudiante se encuentre en semestres más adelantados.

Semestre				
Cuarto	**Quinto**	**Sexto**	**Séptimo**	**Octavo**
Relaciones Económicas Internacionales	Desarrollo Económico Regional	Contratos Internacionales	Valoración Aduanera de Mercancías	Programa de Fomento IMMEX
Políticas públicas para el fomento del comercio internacional	Compras Internacionales	Integración Comercial Internacional	Régimen Monetario, Bancario y Financiero Internacional	Seminario de Derecho Marítimo
Desarrollo Sustentable		Planeación Financiera	Transporte Internacional de Mercancías	Seminario de Temas Selectos de Comercio Internacional
Análisis de tratados Comerciales		Elaboración de Pedimentos	Operadores Logísticos en el Comercio Internacional	
Gestión de la producción e inventarios		Clasificación Arancelaria de Mercancías	Comercio Electrónico	

9 ESQUEMA DE CONSISTENCIA

9.1 Matriz de consistencia de las asignaturas en relación con las competencias de egreso.

Competencias de egreso	1 Análisis económico	2 Estrategias comerciales	3 Legislación del comercio internacional	4 Estrategias de Logística	5 Investigación
Introducción a los Métodos Cuantitativos	X				X
Administración		X		X	
Principios de Contabilidad		X	X		
Geoeconomía	X	X			X
Historia del Comercio Mundial	X				X
Responsabilidad Social Universitaria	X	X	X	X	X
Taller de Investigación Documental	X				X
Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional	X				X
Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios		X		X	
Cultura y Globalización		X			X
Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional	X	X			X
Comercio Internacional	X	X	X		X
Cultura Maya	X	X	X	X	X
Estadística Aplicada a los Negocios	X	X			X
Cultura Organizacional y Liderazgo		X			X
Comunicación Intercultural		X			X
Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	X	X			X
Evolución del Comercio Internacional de México	X				X
Cultura Emprendedora	X	X	X	X	X
Investigación de Operaciones		X		X	
Ambiente de Negocios Internacionales		X			X
Teoría de las Relaciones Internacionales	X	X			X
Aduanas y Derecho Aduanero			X		X

Derecho Mercantil		X	X		X
Estrategias para la Internacionalización de las Empresas		X		X	
Inteligencia Comercial		X		X	
Diplomacia Comercial		X			X
Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México			X		X
Mercados Internacionales	X	X	X		X
Mercadotecnia	X	X		X	X
Logística Internacional		X	X	X	
Negociación Comercial Internacional		X	X	X	
Tramitación Aduanera			X	X	
Mercados Financieros	X				X
Promoción en Mercados Internacionales		X		X	
Marco Legal Ecológico Internacional		X	X	X	X
Medios de Defensa Aduanera			X		
Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	X	X	X	X	X
Seminario de Investigación	X	X	X	X	X
Taller de Inglés para Negocios		X		X	
Mercadotecnia Internacional	X	X	X	X	X
Seminario de Investigación II	X	X	X	X	X

Por la naturaleza del Servicio Social y las Prácticas Profesionales no se muestra una relación con las competencias de egreso, ya que dependiendo del programa de servicio social que escoja el alumno o el tipo de prácticas profesionales que desempeñe, serán las competencias que desarrolle.

9.2 Esquema de consistencia por competencia de egreso.

Competencia de egreso	Asignaturas	Competencias de las asignaturas
Análisis Económico Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Introducción a los Métodos Cuantitativos	Representa de manera abstracta, con lógica y lenguaje matemático, fenómenos económicos en el contexto del comercio internacional.
	Historia del Comercio Mundial	Analiza de forma clara y ordenada los cambios en los ciclos de globalización y desglobalización en el comercio internacional, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico de los países.
	Responsabilidad Social Universitaria	Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional, mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona pro-social y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.
	Taller de Investigación Documental	Aplica las normas del herramental metodológico de la investigación documental en la gestión de la información cuantitativa y cualitativa pertinente relacionada con las realidades del comercio internacional en su intervención profesional.
	Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional	Soluciona de forma eficiente a través de los principios y modelos matemáticos problemas empresariales relacionados con el comercio internacional.
	Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Aplica los principios económicos de la teoría del mercado y de la empresa en el contexto del comercio mundial de forma ética y responsable.
	Comercio Internacional	Analiza de forma coherente las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización actual y del desarrollo sustentable en el contexto internacional de negocios.
	Estadística Aplicada a los Negocios	Aplica de forma coherente los principios y técnicas del análisis de series cronológicas con base en el lenguaje matemático para la predicción y los pronósticos en general en aspectos del contexto internacional del comercio.
	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Analiza de forma crítica y reflexiva el funcionamiento del sistema económico de mercado desde la perspectiva de la relación y dependencia entre los grandes agregados de la actividad económica en un contexto globalizador.
	Evolución del Comercio	Interpreta de forma congruente los factores que impulsan o deprimen el desarrollo del intercambio

	Internacional de México	de bienes, así como los sectores que a través de diferentes épocas fueron incentivados de acuerdo a las políticas económicas implementadas desde la Colonia hasta la integración de México a los bloques económicos.
	Cultura Emprendedora	Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.
	Teoría de las Relaciones Internacionales	Analiza de forma crítica, con base en las teorías de las relaciones internacionales, la dinámica cambiante del mundo contemporáneo que establece modalidades de convivencia, negociación y cooperación política entre naciones.
	Geoeconomía	Evalúa de manera crítica y reflexiva las estrategias de orden económico y comercial del Estado mexicano a fin de proteger su economía en el contexto económico global o dotarse de las tecnologías o productos estratégicos para su supervivencia o desarrollo futuro sostenible.
	Mercados Internacionales	Evalúa con argumentos congruentes y lógicos la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los diferentes mercados internacionales para la identificación oportunidades comerciales en un contexto de economía globalizada.
	Mercadotecnia	Analiza de manera crítica y reflexiva la teoría mercadológica para el desarrollo de las empresas y organizaciones que participan en el mercado mundial.
	Mercados Financieros	Analiza de forma coherente los diferentes mercados que sirven a los inversionistas o a los que requieren acudir a fuentes de financiamiento para el desarrollo de proyectos estratégicos en un contexto de economía internacional.
	Mercadotecnia Internacional	Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.
	Seminario de Investigación	Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.
	Diseño Y Evaluación de Proyectos de Exportación	Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.
	Seminario de Investigación II	Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

Competencia de egreso	Asignaturas	Competencias de las asignaturas
Estrategias Comerciales Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Administración	Interpreta de forma clara y ordenada las diversas herramientas y técnicas de cada una de las etapas del proceso administrativo en las organizaciones públicas y privadas.
	Principios de Contabilidad	Interpreta de forma coherente los registros y reportes contables para la toma de decisiones estratégicas basadas en la situación financiera de las organizaciones.
	Responsabilidad Social Universitaria	Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional, mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona pro-social y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.
	Derecho Mercantil	Interpreta de forma coherente las normas jurídicas que regulan a las empresas y sus elementos, las personas jurídicas, los contratos y los títulos de crédito que intervienen en las operaciones comerciales.
	Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios	Aplica de forma eficiente las herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación que permitan dar seguimiento adecuado a los proyectos de las organizaciones en el sector productivo.
	Cultura y Globalización	Analiza de manera crítica y reflexiva los procesos de globalización y su influencia en la homogenización de las culturas en los diferentes países.
	Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Aplica los principios económicos de la teoría del mercado y de la empresa en el contexto del comercio mundial de forma ética y responsable.
	Comercio Internacional	Analiza de forma coherente las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización actual y del desarrollo sustentable en el contexto internacional de negocios.
	Estadística Aplicada a los Negocios	Aplica de forma coherente los principios y técnicas del análisis de series cronológicas con base en el lenguaje matemático para la predicción y los pronósticos en general en aspectos del contexto internacional del comercio.
	Cultura Organizacional y Liderazgo	Caracteriza de manera fundamentada los diferentes rasgos del liderazgo considerando los elementos de la cultura organizacional en

		organizaciones inmersas en un contexto internacional.
	Comunicación Intercultural	Analiza de forma clara los elementos que influyen en la comunicación intercultural en contextos internacionales respetando la diversidad que la caracteriza.
	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Analiza de forma crítica y reflexiva el funcionamiento del sistema económico de mercado desde la perspectiva de la relación y dependencia entre los grandes agregados de la actividad económica en un contexto globalizador.
	Cultura Emprendedora	Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.
	Investigación De Operaciones	Aplica de forma creativa los conceptos y herramientas de la investigación de operaciones para resolución de problemas de eficiencia, optimización y productividad en las organizaciones que operan en el comercio mundial.
	Ambiente de Negocios Internacionales	Interpreta de forma clara los factores que influyen en el contexto interno y externo de las empresas que operan en el comercio y los negocios internacionales.
	Teoría de las Relaciones Internacionales	Analiza de forma crítica, con base en las teorías de las relaciones internacionales, la dinámica cambiante del mundo contemporáneo que establece modalidades de convivencia, negociación y cooperación política entre naciones.
	Geoeconomía	Evalúa de manera crítica y reflexiva las estrategias de orden económico y comercial del Estado mexicano a fin de proteger su economía en el contexto económico global o dotarse de las tecnologías o productos estratégicos para su supervivencia o desarrollo futuro sostenible.
	Estrategias para la Internacionalización de las Empresas	Desarrolla eficientemente planes estratégicos con el objetivo de llevar a cabo el proceso de internacionalización de una empresa considerando los factores del ambiente internacional de los negocios.
	Inteligencia Comercial	Diseña de forma responsable y creativa estrategias basadas en los modelos de inteligencia comercial para su aplicación en el ámbito de la comercialización internacional.
	Diplomacia Comercial	Analiza de forma crítica y reflexiva estrategias de negociación que fortalezcan las capacidades del sector público y privado para su eficaz desempeño en los foros de negociación y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el País, en el marco de la dinámica de participación internacional.
	Mercados Internacionales	Evalúa con argumentos congruentes y lógicos la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los diferentes mercados internacionales para la identificación

		oportunidades comerciales en un contexto de economía globalizada.
	Mercadotecnia	Analiza de manera crítica y reflexiva la teoría mercadológica para el desarrollo de las empresas y organizaciones que participan en el mercado mundial.
	Logística Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias logísticas con base en los principios teóricos sobre abastecimiento, producción, distribución, transporte y seguros en situaciones de comercio internacional de mercancías.
	Negociación Comercial Internacional	Diseña de manera creativa diversas estrategias de negociación que amplíen las oportunidades de comercialización de los productos regionales en los mercados internacionales.
	Promoción en Mercados Internacionales	Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias comerciales aplicando las herramientas promocionales que permitan la generación de condiciones favorables a los productos o servicios que se venden o desean vender en los mercados internacionales.
	Marco Legal Ecológico Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz en las instituciones públicas y empresas de la región actividades comerciales ecológicamente viables basadas en el marco legal ecológico que norma las actividades comerciales internacionales.
	Taller de Inglés para Negocios	Comunica eficazmente planteamientos e ideas, utilizando el idioma inglés y las TIC´s, en un ambiente internacional de negocios.
	Mercadotecnia Internacional	Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.
	Seminario de Investigación	Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.
	Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.
	Seminario de Investigación II	Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

Competencia de egreso	Asignaturas	Competencias de las asignaturas
Legislación del Comercio Internacional Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.	Principios de Contabilidad	Interpreta de forma coherente los registros y reportes contables para la toma de decisiones estratégicas basadas en la situación financiera de las organizaciones.
	Responsabilidad Social Universitaria	Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional, mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona pro-social y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.
	Derecho Mercantil	Interpreta de forma coherente las normas jurídicas que regulan a las empresas y sus elementos, las personas jurídicas, los contratos y los títulos de crédito que intervienen en las operaciones comerciales.
	Comercio Internacional	Analiza de forma coherente las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización actual y del desarrollo sustentable en el contexto internacional de negocios.
	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Cultura Emprendedora	Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.
	Aduanas y Derecho Aduanero	Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico y administrativo aplicable en materia de derecho aduanero en la realización de operaciones internacionales de comercio.
	Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México	Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico del comercio internacional como parte del derecho internacional público que regula las relaciones comerciales, para la toma de decisiones que coadyuven en la solución de problemas de orden comercial internacional.
	Mercados Internacionales	Evalúa con argumentos congruentes y lógicos la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los diferentes mercados internacionales para la identificación oportunidades comerciales en un contexto de economía globalizada.
	Logística Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias logísticas con base en los principios teóricos sobre abastecimiento, producción, distribución, transporte y seguros en situaciones de comercio internacional de mercancías.

Negociación Comercial Internacional	Diseña de manera creativa diversas estrategias de negociación que amplíen las oportunidades de comercialización de los productos regionales en los mercados internacionales.
Tramitación Aduanera	Implementa con argumentos legales los aspectos técnicos y documentarios que intervienen en los trámites aduaneros de importación y exportación de mercancías, considerando los aspectos arancelarios y no arancelarios, que benefician las operaciones de las empresas en el comercio mundial.
Marco Legal Ecológico Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz en las instituciones públicas y empresas de la región actividades comerciales ecológicamente viables basadas en el marco legal ecológico que norma las actividades comerciales internacionales.
Medios de Defensa Aduanera	Implementa de forma fundamentada estrategias de defensa aplicando la legislación aduanera para evitar o resolver problemas derivados en las operaciones de importación o exportación de mercancías.
Mercadotecnia Internacional	Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.
Seminario de Investigación	Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.
Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.
Seminario de Investigación II	Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

Competencia de egreso	Asignaturas	Competencias de las asignaturas
Estrategias de Logística Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.	Administración	Interpreta de forma clara y ordenada las diversas herramientas y técnicas de cada una de las etapas del proceso administrativo en las organizaciones públicas y privadas.
	Responsabilidad Social Universitaria	Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional, mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona pro-social y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.
	Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios	Aplica de forma eficiente las herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación que permitan dar seguimiento adecuado a los proyectos de las organizaciones en el sector productivo.
	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Cultura Emprendedora	Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.
	Investigación de Operaciones	Aplica de forma creativa los conceptos y herramientas de la investigación de operaciones para resolución de problemas de eficiencia, optimización y productividad en las organizaciones que operan en el comercio mundial.
	Estrategias para la Internacionalización de la Empresa	Desarrolla eficientemente planes estratégicos con el objetivo de llevar a cabo el proceso de internacionalización de una empresa considerando los factores del ambiente internacional de los negocios.
	Inteligencia Comercial	Diseña de forma responsable y creativa estrategias basadas en los modelos de inteligencia comercial para su aplicación en el ámbito de la comercialización internacional.
	Mercadotecnia	Analiza de manera crítica y reflexiva la teoría mercadológica para el desarrollo de las empresas y organizaciones que participan en el mercado mundial.
	Tramitación Aduanera	Implementa con argumentos legales los aspectos técnicos y documentarios que intervienen en los trámites aduaneros de importación y exportación de mercancías, considerando los aspectos arancelarios y no arancelarios, que benefician las operaciones de las empresas en el comercio mundial.

Logística Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias logísticas con base en los principios teóricos sobre abastecimiento, producción, distribución, transporte y seguros en situaciones de comercio internacional de mercancías.
Negociación Comercial Internacional	Diseña de manera creativa diversas estrategias de negociación que amplíen las oportunidades de comercialización de los productos regionales en los mercados internacionales.
Promoción en Mercados Internacionales	Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias comerciales aplicando las herramientas promocionales que permitan la generación de condiciones favorables a los productos o servicios que se venden o desean vender en los mercados internacionales.
Marco Legal Ecológico Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz en las instituciones públicas y empresas de la región actividades comerciales ecológicamente viables basadas en el marco legal ecológico que norma las actividades comerciales internacionales.
Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.
Seminario de Investigación	Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.
Taller de Inglés para Negocios	Comunica eficazmente planteamientos e ideas, utilizando el idioma inglés y las TIC´s, en un ambiente internacional de negocios.
Mercadotecnia Internacional	Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.
Seminario de Investigación II	Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

Competencia de egreso	Asignaturas	Competencias de las asignaturas
Investigación Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Introducción a los Métodos Cuantitativos	Representa de manera abstracta, con lógica y lenguaje matemático, fenómenos económicos en el contexto del comercio internacional.
	Historia del Comercio Mundial	Analiza de forma clara y ordenada los cambios en los ciclos de globalización y desglobalización en el comercio internacional, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico de los países.
	Responsabilidad Social Universitaria	Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional, mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona pro-social y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.
	Taller de Investigación Documental	Aplica las normas del herramental metodológico de la investigación documental en la gestión de la información cuantitativa y cualitativa pertinente relacionada con las realidades del comercio internacional en su intervención profesional.
	Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional	Soluciona de forma eficiente a través de los principios y modelos matemáticos problemas empresariales relacionados con el comercio internacional.
	Cultura y Globalización	Analiza de manera crítica y reflexiva los procesos de globalización y su influencia en la homogenización de las culturas en los diferentes países.
	Cultura Maya	Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de multiculturalidad e interculturalidad.
	Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Aplica los principios económicos de la teoría del mercado y de la empresa en el contexto del comercio mundial de forma ética y responsable.
	Comercio Internacional	Aplica las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización actual y del desarrollo sustentable en el contexto internacional de negocios.
	Estadística Aplicada a los Negocios	Aplica de forma coherente los principios y técnicas del análisis de series cronológicas con base en el lenguaje matemático para la predicción y los pronósticos en general en aspectos del contexto internacional del comercio.

	Cultura Organizacional y Liderazgo	Caracteriza de manera fundamentada los diferentes rasgos del liderazgo considerando los elementos de la cultura organizacional en organizaciones inmersas en un contexto internacional.
	Comunicación Intercultural	Analiza de forma clara los elementos que influyen en la comunicación intercultural en contextos internacionales respetando la diversidad que la caracteriza.
	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	Analiza de forma crítica y reflexiva el funcionamiento del sistema económico de mercado desde la perspectiva de la relación y dependencia entre los grandes agregados de la actividad económica en un contexto globalizador.
	Evolución del Comercio Internacional de México	Interpreta de forma congruente los factores que impulsan o deprimen el desarrollo del intercambio de bienes, así como los sectores que a través de diferentes épocas fueron incentivados de acuerdo a las políticas económicas implementadas desde la Colonia hasta la integración de México a los bloques económicos.
	Cultura Emprendedora	Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.
	Ambiente de Negocios Internacionales	Interpreta de forma clara los factores que influyen en el contexto interno y externo de las empresas que operan en el comercio y los negocios internacionales.
	Teoría de las Relaciones Internacionales	Analiza de forma crítica, con base en las teorías de las relaciones internacionales, la dinámica cambiante del mundo contemporáneo, para establecer modalidades de convivencia, negociación y cooperación política entre naciones.
	Aduanas y Derecho Aduanero	Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico y administrativo aplicable en materia de derecho aduanero en la realización de operaciones internacionales de comercio.
	Geoeconomía	Evalúa de manera crítica y reflexiva las estrategias de orden económico y comercial del Estado mexicano a fin de proteger su economía en el contexto económico global o dotarse de las tecnologías o productos estratégicos para su supervivencia o desarrollo futuro sostenible.
	Diplomacia Comercial	Analiza de forma crítica y reflexiva estrategias de negociación que fortalezcan las capacidades del sector público y privado para su eficaz desempeño en los foros de negociación y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el País, en el marco de la dinámica de participación internacional.
	Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México	Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico del comercio internacional como parte del derecho internacional público que regula las relaciones comerciales, para la toma de decisiones

		que coadyuven en la solución de problemas de orden comercial internacional.
	Mercados Internacionales	Evalúa con argumentos congruentes y lógicos la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los diferentes mercados internacionales para la identificación oportunidades comerciales en un contexto de economía globalizada.
	Mercadotecnia	Analiza de manera crítica y reflexiva la teoría mercadológica para el desarrollo de las empresas y organizaciones que participan en el mercado mundial.
	Mercados Financieros	Analiza de forma coherente los diferentes mercados que sirven a los inversionistas o a los que requieren acudir a fuentes de financiamiento para el desarrollo de proyectos estratégicos en un contexto de economía internacional.
	Marco Legal Ecológico Internacional	Desarrolla de forma eficiente y eficaz en las instituciones públicas y empresas de la región actividades comerciales ecológicamente viables basadas en el marco legal ecológico que norma las actividades comerciales internacionales.
	Mercadotecnia Internacional	Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.
	Seminario de Investigación	Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.
	Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.
	Seminario de Investigación II	Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

9.3 Matriz de las competencias genéricas por asignatura.

Competencias genéricas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Introducción a los Métodos Cuantitativos											X	X	X	X		X		X				
Administración	X		X			X		X									X					
Principios de Contabilidad	X		X			X		X									X					
Geoeconomía	X		X			X		X									X					
Historia del Comercio Mundial	X							X			X	X		X		X						
Responsabilidad Social Universitaria					X			X		X	X								X	X		
Taller de Investigación Documental	X		X		X	X		X			X											
Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional											X	X	X	X		X		X				
Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios	X		X	X	X						X							X				
Cultura y Globalización								X			X	X	X						X	X		
Derecho Mercantil				X		X	X						X	X	X							
Comercio Internacional				X	X	X	X	X					X									
Cultura maya	X		X	X	X						X			X			X			X	X	X
Estadística Aplicada a los Negocios											X	X	X	X		X		X				
Cultura Organizacional y liderazgo						X			X				X		X		X			X		
Comunicación Intercultural	X			X							X			X	X		X					
Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional	X		X		X	X		X									X					
Evolución del Comercio Internacional de México	X				X			X			X	X	X									
Cultura Emprendedora							X	X	X				X				X					
Investigación de Operaciones			X					X			X		X		X							

Ambiente de Negocios Internacionales				X	X	X		X			X		X								
Teoría de las Relaciones Internacionales	X			X	X	X	X												X		
Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México				X		X	X				X				X			X			
Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional	X		X			X		X				X	X								
Estrategias para la Internacionalización de las Empresas											X	X	X	X		X			X		
Inteligencia Comercial						X		X		X		X			X						
Diplomacia Comercial					X	X	X				X		X		X						
Aduanas y Derecho Aduanero							X					X		X				X			
Mercados Internacionales				X	X		X	X											X		
Mercadotecnia						X	X		X				X		X						
Logística Internacional						X	X	X					X		X						
Negociación Comercial Internacional				X		X		X			X		X		X						
Tramitación Aduanera			X			X	X						X		X			X			
Mercados Financieros			X			X		X	X		X		X								
Promoción en Mercados Internacionales		X				X		X	X				X		X						
Marco legal Ecológico Internacional					X	X	X			X						X			X		
Medios de Defensa Aduanera	X					X	X					X			X						
Mercadotecnia Internacional			X		X	X							X		X				X		
Seminario de Investigación	X		X		X	X		X						X							
Taller de Inglés para Negocios		X	X			X					X		X			X					
Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación	X				X			X	X	X		X									
Seminario de Investigación II	X		X		X	X		X						X							

10 PROGRAMAS DE ESTUDIO

Los programas de estudio de la Licenciatura en Comercio Internacional muestran los datos de identificación, la intencionalidad formativa y la competencia de cada asignatura, la relación que cada una tiene con otras asignaturas, así mismo desglosa sus competencias genéricas, disciplinares y específicas. Incluye los contenidos esenciales para el desarrollo de las competencias, las estrategias de enseñanza, la metodología de evaluación, las referencias bibliográficas y el perfil del profesor. Los programas se muestran a continuación.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Introducción a los Métodos Cuantitativos

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Introducción a los Métodos Cuantitativos				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Introducción a los Métodos Cuantitativos tiene como propósito a portar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos del algebra, conjuntos, funciones, ecuaciones y sistemas de ecuaciones para su utilización en la formulación de modelos económicos.

Esto les permitirá comprender la economía matemática y su aplicación al uso de teoremas y leyes económicas.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Introducción a los métodos cuantitativos se relaciona con las asignaturas: Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional, Estadística aplicada a los Negocios, ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes culturales; del área de competencia Análisis Económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia Estrategias de Logística.

- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Representa de manera abstracta, con lógica y lenguaje matemático, fenómenos económicos en el contexto del comercio internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organización con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Utiliza los elementos del álgebra y la teoría de conjuntos en el contexto económico y comercial para el planteamiento de problemas de manera clara y abstracta. 2. Identifica los diferentes tipos de funciones matemáticas para su aplicación a problemas económicos y del comercio internacional de manera clara y ordenada. 3. Utiliza de forma coherente sistemas de ecuaciones para la solución de problemas relacionados con el comercio internacional.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Algebra
- Conjuntos
- Funciones matemáticas
- Tipos de funciones y sus gráficas
- Ecuaciones
- Sistemas de Ecuaciones

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje basado en problemas
Resolución de problemas y ejercicios
Prácticas de laboratorio

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Resolución de ejercicios Solución de situaciones problemas
Evaluación de producto 30%	Portafolio de evidencias

9. REFERENCIAS

Sydsaeter, Knut & Hammond Peter & Carvajal, Andres (2012). Matemáticas para el análisis económico.
Rodríguez García, Mauro. (2012). Fundamentos de economía cuantitativa.
Haeussler, Ernest, & Paul, s. Rihchard, & Wood, Richard. J.. (2015), Matemáticas para administración y economía.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado o Maestría en Economía, Matemáticas, o áreas afines.
Mínimo un año de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Administración

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Administración				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional de los aspectos fundamentales relacionados con las organizaciones y su administración, considerando la identificación de los recursos y el uso que se les da para el logro de los objetivos organizacionales.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de identificar las áreas funcionales de una organización, analizar los diferentes recursos con los que cuenta una organización y la planeación eficiente de los recursos para el crecimiento y desarrollo de una organización.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Administración se relaciona con las asignaturas del plan de estudios de: Principios de contabilidad, Tecnologías de la información aplicadas a los negocios, Matemáticas aplicadas a los negocios, y Comercio internacional; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales. Y
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico

sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de forma clara y ordenada las diversas herramientas y técnicas de cada una de las etapas del proceso administrativo en las organizaciones públicas y privadas.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Distingue de forma clara las diferencias entre la Administración pública y la privada en el contexto de las organizaciones. 2. Explica de forma clara y ordenada el proceso de la evolución de la teoría administrativa aplicable a las organizaciones. 3. Identifica de forma coherente los aspectos fundamentales de cada etapa del proceso administrativo aplicable a las organizaciones. 4. Explica de forma congruente los elementos que intervienen en la planeación estratégica en las empresas. 5. Identifica de forma clara las funciones de cada área funcional en las empresas.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Administración: concepto, características e importancia.
- Administración pública y privada
- Evolución de la teoría administrativa

- Proceso administrativo
- Planeación estratégica
- Estructura organizacional empresarial

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Uso de organizadores gráficos
Aprendizaje mediado por TIC
Estudio de casos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Reporte final en el que el estudiante analice una empresa y describa sus elementos de planeación estratégica, y defina la estructura de sus áreas funcionales y las actividades de cada una.

9. REFERENCIAS

Básicas
Robbins, S., Decenzo, D., Coulter M. (2013). Fundamentos de Administración: Conceptos Esenciales y Aplicaciones. México. Ed. Pearson.
Münch, L., García Martínez, J. (2012). Fundamentos de Administración (9na. Ed.). México. Ed. Trillas.
Robbins, S., Coulter M. (2010). Administración (10ma ed.). México. Ed. Pearson Educación.

Complementarias
David, F. (2012). Administración Estratégica (14va. Ed.) México. Ed. Pearson.
Fernández Sánchez, E. (2010). Administración de empresas un enfoque interdisciplinar. España. Ed. Paraninfo.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía, Administración, Comercio Internacional o afín.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Principios de Contabilidad

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Principios de Contabilidad				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer Semestre				
e.- Duración total en horas	80	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	32
f.- Créditos	5				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del procedimiento y el herramental relacionado con el análisis de la información sobre las transacciones de las empresas comercializadoras y su integración en los diferentes libros contables electrónicos, para aplicarlo en la interpretación de los reportes y estados contables, con un enfoque participativo y de responsabilidad social.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de interpretar los reportes y estados contables electrónicos utilizados en las operaciones comerciales de las empresas y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

Se relaciona con las asignaturas del plan de estudios de: Administración, Matemáticas aplicadas a los negocios, Tecnologías de la información aplicadas a los negocios, Aduanas y Derecho Aduanero y Tramitación Aduanera; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de forma coherente los registros y reportes contables para la toma de decisiones estratégicas basadas en la situación financiera de las organizaciones.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1- Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8- Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 17- Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Distingue las características y el procedimiento de realización de los estados financieros en las empresas de acuerdo al marco de referencia de este proceso. 2. Desarrolla la partida doble, la cuenta, el registro y el control de operaciones contables en las organizaciones de acuerdo al marco de referencia de este proceso. 3. Produce con fluidez el reporte contable electrónico final de su trabajo sobre la situación financiera de las organizaciones de acuerdo a los principios teórico-prácticos de la contabilidad. 4. Interpreta de forma coherente la información contable derivada de los reportes financieros de las organizaciones en el contexto de los negocios internacionales.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Nociones preliminares
- Estado de situación financiera
- Estado de resultados
- La partida doble y la cuenta

- Registro y control de operaciones
- Relación de la contabilidad con las actividades internacionales de una empresa
- Procedimiento electrónico terminal de la información contable

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje mediado por TIC
Aprendizaje basado en problemas

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Entrevistas presenciales Resolución de situaciones problema
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un reporte contable final

9. REFERENCIAS

Básicas
Hernández Yescas, Galindo Cosme y Hernández Rodríguez. (2014). Estudio practico de la contabilidad electrónica. México. Ediciones fiscales ISEF.
Lara Flores, Elías. (2007). Primer curso de contabilidad. México. Trillas.
Mantilla, Samuel Alberto. (2001). E-contabilidad: distribución electrónica de la información de presentación de reportes de negocios.
Complementarias
Ballesteros, Nicolás. (1991). Fundamentos de contabilidad. México. McGraw-Hill.
Edwards, James y Cols. (1989). Contabilidad intermedia. México. CECSA.
Prieto Lorente, Alejandro. (1994). Principios de contabilidad. México. Banca y Comercio S.A. de C.V.
Rohde Ponce, A. (2005). Derecho Aduanero Mexicano. México. Ed. ISEF.
Ley del IVA (año en curso). Diario Oficial de la Federación.
Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (año en curso). Diario Oficial de la Fed.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Contador Público o similar con experiencia en bufete contable.
Mínimo dos años de experiencia profesional.

Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Geoeconomía

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Geoeconomía				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del procedimiento y el herramental necesario para analizar los factores y recursos económicos existentes a nivel mundial y nacional y su incidencia sobre el comercio mundial entre empresas en un contexto de crecimiento e internacionalización.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de evaluar la relación entre la estructura del mercado nacional y mundial y los negocios comerciales, así como contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

Se relaciona con las asignaturas del plan de estudios de: Historia del comercio mundial, Taller de investigación documental, Comercio internacional, Cultura y globalización, Microeconomía aplicada al comercio internacional, Evolución del comercio internacional de México y Comunicación intercultural; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales. Y

- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Evalúa de manera crítica y reflexiva las estrategias de orden económico y comercial del Estado mexicano a fin de proteger su economía en el contexto económico global o dotarse de las tecnologías o productos estratégicos para su supervivencia o desarrollo futuro sostenible.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Distingue las características de la base teórica y práctica a partir de la formación en las cuestiones clave en el campo de las relaciones internacionales desde el punto de vista de la geoeconómica y la geopolítica. 2. Analiza cuestiones internacionales en el contexto económico global, atendiendo a un pormenorizado conocimiento de sus principales actores, intereses y modelos de comportamiento. 3. Distingue en forma clara los escenarios de análisis de coyuntura más relevantes en el ámbito de la geoeconomía, geopolítica y geoestrategia energética. 4. Reconoce las diversas áreas geopolíticas en el contexto económico global para el análisis de sus particularidades 5. Produce el reporte final de su trabajo sobre la problemática de México en el contexto económico global de acuerdo a los principios teórico-prácticos de la Geoeconomía.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Geoeconómia, Geopolítica y Globalización
- Geoeconomía física: macroregiones
- Los retos globales de la Geoeconomía
- Gestionar la geoeconómica: inteligencia estratégica

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje mediado por TIC
Aprendizaje basado en problemas

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Entrevistas presenciales Resolución de situaciones problema
Evaluación de producto 30%	Elaboración de reporte en el que se realice un análisis de Problemas Geoeconómicos de México

9. REFERENCIAS

Básicas
Olier, Eduardo. (2011) "Geoeconomia, las claves de la economía Global". España. Editorial Pearson.
Carlos A., Ilan B., y Riviere, H. (1998). "Las Regiones ante la Globalización: Competitividad territorial y recomposición sociopolítica". México. El Colegio de México.
Gowan, Peter. (2000). La apuesta de la globalización: la geoeconomía y la geopolítica del imperialismo euro-estadounidense. Madrid. Akal ediciones.

Complementarias
George S. Yip (1992). "Globalización: Estrategias para obtener una ventaja competitiva internacional". Grupo Editorial NORMA Gerencia.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía o Licenciado en Comercio Internacional.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Historia del Comercio Mundial

Tipo de asignatura
Obligatoria

Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Historia del Comercio Mundial				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Historia del Comercio Mundial tiene el propósito de brindar a los estudiantes de la licenciatura en comercio internacional los elementos básicos referentes a la evolución del comercio mundial, así como las teorías que expliquen este comportamiento y su incidencia dentro del entorno económico de los países.

Esto contribuirá a que los alumnos desarrollen análisis económicos, diseñen estrategias comerciales e investigación referente al contexto internacional, nacional y local del comercio y su incidencia en el desarrollo del bienestar de la sociedad.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Historia del Comercio Mundial se relaciona con las asignaturas: Comercio Internacional; Cultura y Globalización; Evolución del comercio internacional de México; Microeconomía aplicada al comercio internacional, ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos sociales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalización para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: Análisis Económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: Estrategias Comerciales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma clara y ordenada los cambios en los ciclos de globalización y desglobalización en el comercio internacional, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico de los países.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Analiza de forma coherente la importancia del flujo de mercancías en la época moderna y del mercantilismo comercial en el contexto histórico del comercio. 2. Reconoce de forma clara los cambios de ciclos Globalización y Desglobalización en el comercio internacional, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico de los países. 3. Sintetiza de forma coherente información cuantitativa y cualitativa de largo plazo que caracteriza el impacto de la liberalización del comercio internacional en la conformación de la Segunda Globalización. 4. Analiza de forma comparativa las ventajas y desventajas de la Primera y Segunda Globalización, así como sus impactos en el desarrollo asimétrico en los países en desarrollo.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Intercambio mercantil entre Euroa y Asia: época premoderna
- Mercantilismo y Comercio.
- La Revolución Industrial y el Comercio.
- La Primera Globalización
- La desglobalización
- Uniones europeas fracasadas
- El nuevo orden después de la II Guerra Mundial.
- La Segunda Globalización.
- Japón y China en América Latina.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudios de casos
Investigación documental
Organizadores gráficos
Aprendizaje colaborativo
Seminario

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Investigación documental, Elaboración de reportes y organizadores gráficos y pruebas de desempeño.
Evaluación de producto 30%	Ensayo o Desarrollo de Proyecto

9. REFERENCIAS

Básicas:
Camerón, R. (200). Historia económica mundial: desde el paleolítico hasta el presente. Madrid, Alianza Editorial.
Comín, F. (2011) Historia económica mundial. Madrid, Alianza Editorial.
Comín, F., Llopis E. (eds.) (2010). Historia económica mundial: siglos X-XX. Barcelona, Crítica.
Complementarias:
Foreman-Peck, (1995). Historia de la economía mundial. Las relaciones económicas internacionales desde 1850. Barcelona, Ariel.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en economía, Licenciado en Comercio internacional o área a fines, con Maestría en Políticas Públicas o Maestría en comercio exterior.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo 2 años de experiencia docente.
Es necesario que el profesor tenga todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Responsabilidad Social Universitaria

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Responsabilidad Social Universitaria				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

Al termino del curso, el estudiante podrá explicar y practicar la responsabilidad social universitaria (RSU), en forma individual y colaborativa, siendo capaz de interrogar críticamente su propia educación y la manera cómo se construye la formación profesional y humanística en su universidad, a la luz de los desafíos económicos, sociales y medioambientales globales, a fin de querer ser una persona prosocial y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad, desde su vida profesional, ciudadana y personal.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura de Responsabilidad Social Universitaria, al ser una asignatura institucional obligatoria tiene una relación transversal con las competencias de egreso de los programas educativos de la universidad a nivel licenciatura y posgrado.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Practica la responsabilidad social universitaria, en forma individual y colaborativa, como interrogación crítica de los impactos de la formación universitaria humanística y profesional mediante el uso de herramientas de investigación de RSU en la misma universidad, y evaluada a la luz del contexto sistémico económico, social y medioambiental global, a fin de querer ser una persona prosocial y creativa, agente de cambio para un desarrollo más justo y sostenible de su sociedad.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 8. Desarrollar su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 10. Formula, gestiona y evalúa proyectos en su ejercicio profesional y personal, considerando los criterios del desarrollo sostenible. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 19. Promueve el desarrollo sostenible en la sociedad con su participación activa. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	No aplica
Específicas	1. Identifica y explica los desafíos globales (sociales y ambientales) del desarrollo mundial actual, a la luz de los impactos negativos de las rutinas sistémicas económicas y sociales. 2. Reconoce las contradicciones de la educación universitaria y profesional actual a la luz de los desafíos globales (sociales y ambientales) del desarrollo mundial actual. 3. Argumenta y diseña, en forma colaborativa, soluciones posibles a los desafíos globales (sociales y ambientales) del desarrollo mundial actual. 4. Aplica y evalúa herramientas de investigación-diagnóstico RSU en su comunidad universitaria, en forma colaborativa. 5. Toma conciencia de su responsabilidad compartida en cuanto a los problemas sociales y ambientales que diagnostica, así como de su potencial personal para participar en su solución. 6. Valora y promueve la RSU en su Alma Mater, en forma personal y colaborativa.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El carácter insostenible (social y ambientalmente) de nuestro desarrollo actual.
- Desarrollo justo y sostenible.
- Ética en 3D, mirada crítica hacia la educación.
- ISO 26000, Pacto Global.
- 5. Herramientas diagnóstico RSU del Manual de primeros pasos en RSU.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje informativo
Aprendizaje colaborativo
Investigación con supervisión
Argumentación de ideas
Uso de debates
Aprendizaje autónomo y reflexivo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Reporte de revisión de fuentes de información Ensayos escritos Redacción informes Participación en foros virtuales
Evaluación de producto 40%	Presentación del informe final de los resultados del diagnóstico RSU

9. REFERENCIAS

ONU (2000): *Declaración del milenio*. Resolución de las Naciones Unidas.
La Carta de la Tierra (2000). Recuperado de: http://www.earthcharterinaction.org/contenido/pages/La-Carta-de-la-Tierra.html
ONU (1999): Pacto Global. Recuperado de: http://www.un.org/es/globalcompact/
ISO (2010): *Norma Internacional ISO 26000. Guía de responsabilidad social*. Ginebra: ISO
WWF (2012): *Living Planet Report*. WWF International, Gland.
Vallaeys, et al. (2009). *Manual de primeros pasos en RS*. México: McGraw Hill

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado con formación específica en RSU
Competencias en el manejo de la enseñanza virtual (técnica y pedagógicamente)
Conocimiento de la temática del desarrollo social sostenible.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Taller de Investigación Documental

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Taller de Investigación Documental				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Primer Semestre				
e.- Duración total en horas	80	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	32
f.- Créditos	5				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del procedimiento y el herramental metodológico necesario para desarrollar proyectos de investigación documental relacionados con la problemática del comercio de bienes y servicios en los ámbitos estatal, nacional e internacional con un enfoque integrador, participativo y de responsabilidad social.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de producir trabajos de investigación documental a través de procedimiento metodológico disponible para su desarrollo y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura se relaciona con las asignaturas del plan de estudios: Introducción a los métodos cuantitativos, Administración, Principios de contabilidad, Derecho Mercantil, Historia del comercio mundial, Responsabilidad social universitaria, Matemáticas aplicadas al comercio internacional, Tecnologías de la información y comunicación aplicados a los negocios, Cultura y globalización, Geo-economía, Microeconomía aplicada al comercio internacional, Comercio internacional, Seminario de investigación, Seminario de Investigación II y Prácticas Profesionales (aunque por sus características tiene relación con la gran mayoría de las demás asignaturas del plan de estudios); ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística. Y
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Aplica las normas del herramental metodológico de la investigación documental en la gestión de la información cuantitativa y cualitativa pertinente relacionada con las realidades del comercio internacional en su intervención profesional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.

Específicas	1. Distingue las características y el procedimiento de realización de la investigación documental sobre la problemática del comercio internacional de acuerdo al marco de referencia de este proceso. 2. Diseña el plan de trabajo de su proyecto de investigación en comercio internacional de acuerdo al marco de referencia de la investigación científica. 3. Produce con fluidez el reporte técnico final de su trabajo de investigación sobre las realidades del comercio internacional de acuerdo a los principios metodológicos de la investigación científica.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- La investigación documental
- Metodología, técnicas e instrumentos en la investigación documental
- El pensamiento científico
- El diseño del proyecto de investigación documental
- La redacción del informe técnico de investigación

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Aprendizaje mediado por las TIC
Investigación documental
Aprendizaje orientado a Proyecto de investigación

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Portafolio de evidencias Entrevistas presenciales Entrevistas virtuales Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un reporte técnico final

9. REFERENCIAS

Básicas
Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
Tamayo Tamayo, M. (2014). El proceso de la investigación científica. México. Limusa- Noriega.

Complementarias
Castañeda, J. et. al. (2005). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
Martínez Ruíz, H. (2010). Metodología de la investigación. México. Cengage Learning Editores.
Fortín, M. (2000). El proceso de investigación: de la concepción a la realización. México. Mcgraw Hill Interamericana.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía, Licenciado en Comercio Internacional o similares con experiencia en la investigación científica.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Introducción a los Métodos Cuantitativos				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Matemáticas aplicadas al Comercio Internacional tiene como propósito a portar a los estudiantes de la licenciatura en Comercio Internacional los elementos del Cálculo diferencial e integral para la resolución de problemas que impliquen la optimización de recursos.

Esto les permitirá comprender el uso de métodos de optimización para la resolución de problemas del comercio internacional.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Matemáticas aplicada al Comercio Internacional se relaciona con las asignaturas: Introducción a los Métodos Cuantitativos y Estadística aplicada a los Negocios, ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes culturales; del área de competencia Análisis Económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia Estrategias de Logística.

- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Soluciona de forma eficiente a través de los principios y modelos matemáticos problemas empresariales relacionados con el comercio internacional

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Utiliza los elementos del cálculo para la resolución de problemas en el contexto económico y comercial que requieren optimización de manera clara y abstracta. 2. Identifica problemas empresariales ligados al comercio internacional que pueden ser resueltos utilizando métodos cuantitativos. 3. Analiza modelos económicos relacionados con el comercio internacional utilizando funciones matemáticas.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Límites de un función matemática
- Continuidad de una función matemática
- Graficación de funciones matemáticas
- Derivadas de un función matemática
- Problemas del comercio internacional que requieren la optimización
- Calculo Integral y sus aplicaciones al comercio internacional

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje basado en problemas
Resolución de problemas y ejercicios
Prácticas de laboratorio

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Resolución de ejercicios Resolución de situaciones problemas
Evaluación de producto 30%	Portafolio de evidencias

9. REFERENCIAS

Chinag Alpha C. (2006). Métodos fundamentales para la economía matemática.
Haeussler, Ernest & Paul, Richard & Wood Richard. (2015). Matemáticas para administración y economía
Dudnick, Franck. (2007). Matemáticas Aplicadas a la Administración, Economía y Ciencias Sociales

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado o Maestría en Economía, Matemáticas, o áreas afines.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos básicos de la estructura y operación de los equipos de cómputo, softwares y lenguajes, así como sus diversas aplicaciones a problemas aplicados a los Negocios.

Esto les permitirá comprender como las TICS han venido a cambiar la manera de hacer negocios.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios se relaciona con las asignaturas: Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional, Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional, Mercados Financieros, Estadística Aplicada a los Negocios, Mercadotecnia, Principios de contabilidad ; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Aplica de forma eficiente las herramientas de Tecnologías de Información y Comunicación que permitan dar seguimiento adecuado a los proyectos de las organizaciones en el sector productivo.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales. 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores de los involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Aplica las tecnologías de la información para la creación de reportes o ensayos académicos en formato digital. 2. Aplica las tecnologías de la información para presentar de manera clara los resultados de una base de datos aplicados a negocios. 3. Aplica las TICS en diferentes modelos de negocios de manera emprendedora.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El uso de las TICS en diferentes etapas de los negocios
- Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA)
- Herramientas tecnológicas
- Bases de datos
- Redes y conectividad

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje orientado a proyectos
Proyectos de investigación
Aprendizaje mediado por las TIC
Prácticas de campo
Debates
Aprendizaje cooperativo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Investigación documental Elaboración de reportes
Evaluación de producto 30%	Desarrollo de proyecto aplicado al seguimiento de actividades o aplicación en modelos de negocios.

9. REFERENCIAS

Básicas:
Saldivar Vaquera, Clara. (2012). Tecnologías de información y comunicación. México. Editorial Pearson.
Posso, Andrés. (2014). Tecnologías de Información y Comunicación (TICS): Diagnóstico de la Aplicación de Tecnologías de Información y Comunicación en la industria del Comercio. México. Editorial Publicia.
Lambert, Joan (2015). Ofiice 2016, Step by Step. EEUU. Microsoft Press.
Aréchiga, R. (1983). Fundamentos de computación. (5ta. Ed.). México: Limusa. (Clásico)
Norton, P. (1995). Introducción a la computación. (3ra. Ed.). México: McGraw-Hill. (Clásico)

Complementarias:
aulaClic. (2007). *Curso de Word 2007.* Recuperado el 10/02/15, de: http://www.aulaclic.es/word2007/
aulaClic. (s/f). *Curso de Excel 2007.* Recuperado el 08/02/15, de: http://www.aulaclic.es/excel2007/
aulaClic. (s/f). Curso de PowerPoint 2007. Recuperado el 08/02/15, de: http://www.aulaclic.es/power2007/
Charcas, P. G. (2009). *Plataformas educativas*. Recuperado el 09/02/15, de: http://plataformas-educativas.blogspot.mx/
Xarxatic(s/f). *Entornos virtuales de aprendizaje. EVAs*. Recuperado el 08/02/15, de: http://www.xarxatic.com/herramientas-2-0/entornos-virtuales-de-aprendizaje-evas/

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Matemáticas, Ciencias de la Computación, Administración de las Tecnologías de Información.
Mínimo dos años de experiencia profesional
Mínimo dos años de experiencia docente
Es necesario que el profesor tenga todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Cultura y Globalización

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Cultura y Globalización				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito desarrollar competencias a los profesionistas del comercio internacional para desempeñarse en entornos de globalización y diversidad cultural con conocimientos básicos de teorías culturales, habilidades para desempeñarse en contextos de multiculturalidad, destrezas y valores para una práctica responsable donde la diversidad cultural no represente una barrera sino un valor.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Cultura y Globalización se encuentra relacionada con las asignaturas: Cultura Maya, Comunicación Intercultural, Cultura Organizacional y Liderazgo, Cultura Emprendedora y Geo-Economía; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de manera crítica y reflexiva los procesos de globalización y su influencia en la homogenización de las culturas en los diferentes países.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 19. Promueve el desarrollo sostenible en la sociedad con su participación activa. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Reconoce de forma clara los procesos de Modernización y Globalización con sus efectos en las culturas. 2. Examina de forma eficiente su propia cultura y en la relación dialógica con otras. 3. Asume conscientemente que su sociedad y cultura se encuentra interconectada globalmente con las demás del Mundo. 4. Interpreta con rigor conceptual los cambios culturales de su entorno. 5. Aplica de forma coherente metodologías para el diagnóstico cultural del entorno interno y externo de una organización, empresa o negocio internacional.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Cultura: teorías y conceptos
- Modernización, impactos y respuestas regionales
- Globalización y Posmodernidad
- Dinámicas culturales y Globalización

- Cambios culturales y las empresas.
- Modelos de análisis cultural

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Autodiagnóstico
Reportes de lecturas
Debates
Ejercicios prácticos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Autodiagnóstico Reportes de lecturas Debates
Evaluación de producto 40%	Ejercicios prácticos Reporte técnico del diagnóstico de reconocimiento de su propia cultura y los cambios culturales en el proceso de Globalización.

9. REFERENCIAS

Básicas
Arjun A. (2001) La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización. Montevideo, Ediciones Trilce/FCE de Argentina. (Clásico).
Giddens, A. (2000). Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. México, Taurus. (Autor clásico).
Hall, E. T. (1973). La dimensión oculta: enfoque antropológico del uso del espacio. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local. (Clásico).
Ianni, O. (2004) Teorías de la globalización. México, Siglo Veintiuno/UNAM
Wallerstein, I. (2005) Después del liberalismo. México, Siglo Veintiuno. (Clásico).
Complementarias
Beck U., (1998) ¿Qué es la globalización? Barcelona, Paidós, 1998. (Clásico)
García Canclini, N., (2006). La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu, s.p.i. (Autor clásico).

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Antropología, Economía, Historia o afines con maestría en Antropología o Economía.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Derecho Mercantil

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Derecho Mercantil				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Derecho Mercantil" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para analizar la importancia y la necesidad de los elementos del derecho mercantil y su fundamento para aplicarlo en lo que se refiere a las operaciones comerciales.

Esto facilitará al estudiante el análisis y entendimiento de conceptos del derecho mercantil que podrá aplicar en el desarrollo de negocios.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Derecho Mercantil se relaciona con las asignaturas: Cultura Emprendedora, Administración Planeación Estratégica para la Internacionalización de la Empresa, Negociación Comercial Internacional y Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de forma coherente las normas jurídicas que regulan a las empresas y sus elementos, las personas jurídicas, los contratos y los títulos de crédito que intervienen en las operaciones comerciales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Identifica de forma clara los actos de comercio y los sujetos del derecho que intervienen en las operaciones mercantiles. 2. Diferencia de forma clara los diferentes tipos de sociedades mercantiles en las operaciones de comercio. 3. Identifica de forma clara los títulos y operaciones de crédito que se utilizan en las operaciones mercantiles. 4. Analiza de forma coherente los distintos tipos de contratos mercantiles en las operaciones de comercio. 5. Identifica de forma ordenada los procedimientos para el registro de marcas, patentes y denominaciones de origen en las operaciones de negocios.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Actos de comercio: Elementos y clasificación
- Sujetos del derecho mercantil
- Sociedades mercantiles: clasificación y características
- Títulos y operaciones de crédito
- Contratos Mercantiles: modalidades y formalidades
- Propiedad industrial

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Ensayos Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Ensayo en el que desarrolle el tema de la importancia del derecho mercantil en el comercio internacional.

9. REFERENCIAS

Básica:
García, C. (2015). Elementos de Comercio Exterior (2da. ed.). México. Editorial Trillas.
Calvo, O.; Puente, A. (2008). Derecho Mercantil (48va ed.) México. Editorial Limusa. (Clásico)
Complementaria:
Quevedo, I. (2008). Derecho Mercantil. México. Editorial Pearson.
Tena, F. (2006). Derecho Mercantil Mexicano. México. Editorial Porrúa.
De Pina, R. (2011). Elementos de Derecho Mercantil Mexicano. México. Ed. Porrúa.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía, Contador Público o Licenciado en Derecho.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Comercio Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria

Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Comercio Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Comercio Internacional" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos sobre los conceptos fundamentales que intervienen en el desarrollo del comercio de un país con el resto del mundo, considerando los modelos que explican el comercio internacional, el análisis de la importancia de las economías de escala, la política comercial y la integración económica.

Esto facilitará a los estudiantes el análisis y entendimiento del origen de los intercambios internacionales y los factores que propician su aumento.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Comercio Internacional se relaciona con las asignaturas: Historia del Comercio Mundial, Evolución del Comercio Internacional de México», Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional, Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional «Mercados Internacionales y Mercados Financieros; ya que contribuye al desarrollo de la siguiente competencia de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma coherente las teorías relacionadas con el funcionamiento del comercio internacional en el estudio del contexto de globalización actual y del desarrollo sustentable en el contexto internacional de negocios.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Explica de forma clara y ordenada el proceso del origen y desarrollo del Comercio Internacional en el contexto del comercio mundial 2. Explica de forma clara las teorías del Comercio Internacional en el contexto de la economía internacional. 3. Diferencia de forma clara y ordenada las modalidades de integración en el contexto del comercio mundial. 4. Identifica de forma coherente las barreras al comercio en el contexto del comercio mundial 5. Interpreta de forma coherente los beneficios de los Acuerdos Internacionales en el contexto del comercio mundial. 6. Reconoce de forma clara los elementos de la Balanza de pagos y el mercado de divisas y su influencia en el comercio internacional.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Origen, desarrollo y ventajas del Comercio Internacional
- Teorías del Comercio Internacional
- Barreras al comercio internacional: Política arancelaria y no arancelaria
- Formas de Liberación Comercial e integración económica

- Acuerdos Internacionales: facilitación de comercio y controversias comerciales
- Balanza de pagos y mercado de divisas

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Ensayos Debates Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Investigación documental en la que se analice la participación de México en el comercio internacional considerando su política arancelaria y no arancelaria, su participación en bloques económicos y su balanza comercial.

9. REFERENCIAS

Básica:
García, C. (2015). Elementos de Comercio Exterior. 2ª. Ed. Editorial Trillas. México.
Torres, R. (2005). Teoría del Comercio internacional. 25ta ed. Siglo XXI Editores. México. (Clásico)
Complementaria:
Mercado, S. (2006). Comercio Internacional Vol. 1. 5ta ed. Editorial Limusa. México.
Vázquez, M. (2007). Comercio internacional. Grupo Editorial Patria. México
Villalobos, L. (2006). Fundamentos de Comercio Internacional. Ed. Porrúa. México.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Licenciado en Economía o Licenciado en Comercio Exterior.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Cultura Maya

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Cultura Maya				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Segundo semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Cultura maya" para estudiantes universitarios permite un acercamiento a la cultura de la península de Yucatán, mediante los diferentes elementos que la caracterizan, asimismo permite comprender por qué es importante "RECONOCER Y VALORAR LA CULTURA MAYA" dentro del contexto universitario conformado por una sociedad multicultural. Por otra parte permitirá obtener los conocimientos básicos sobre los elementos que conforman la cultura maya y en particular la identidad del maya contemporáneo. De la misma manera promueve valorar y respetar la diversidad cultural en el plano social e institucional, así como desarrollar un pensamiento crítico, reflexivo y creativo. El enfoque de la asignatura considera la investigación y análisis crítico de los temas que servirán de guía para la construcción del aprendizaje del estudiante y su difusión. Que los estudiantes comprendan el concepto de identidad a través de la cultura maya y de los diversos elementos que la conforman y que han contribuido a su evolución y manifestación actual, lo que permitirá reflexionar y aportar desde su disciplina, los conocimientos necesarios para la revaloración y conformación del ser maya contemporáneo.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Cultura Maya, al ser una asignatura institucional obligatoria tiene una relación transversal con las competencias de egreso de los programas educativos de la universidad a nivel licenciatura.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Establece propuestas de solución a las problemáticas actuales de la sociedad, desde la realidad de la cultura maya, promoviendo la revaloración de la misma bajo los principios de la multiculturalidad e interculturalidad.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética. 21. Aprecia las diversas manifestaciones artísticas y culturales en su quehacer cotidiano, de manera positiva y respetuosa. 22. Valora la cultura maya en su quehacer cotidiano, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	No aplica.
Específicas	1. Reconoce su identidad cultural en prácticas sociales y contextos diversos como sujeto y parte de una cultura. 2. Explica la situación actual de la cultura maya tomando como referencia su historia y su lengua, con una visión crítica de la realidad. 3. Explica la cosmovisión de la cultura maya con las implicaciones en la vida, religión, arte, arquitectura, ciencia y lengua, tomando como referencia la relación hombre-naturaleza, y una visión crítica de la situación actual de la humanidad. 4. Explica las aportaciones de la cultura maya en las innovaciones científicas y tecnológicas, desde una visión crítica, fomentando la revaloración de los conocimientos ancestrales mayas. 5. Explica el valor de la cultura maya con referencia a la identidad del ser maya contemporáneo y las diversas manifestaciones de la cultura, con una visión crítica.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El concepto antropológico de cultura
- Multiculturalidad e interculturalidad
- Identidad cultural
- Área maya en Mesoamérica y área maya peninsular
- Historia breve de la civilización maya
- Lengua Maya y sus variantes
- Centros ceremoniales y principales asentamientos
- El origen del hombre a través de la literatura maya
- La Milpa y el Maíz como fundamento de la cosmovisión
- Casa Maya
- Las Matemáticas, la Ingeniería y la Arquitectura
- La Medicina
- La Astronomía y los Calendarios
- Identidad del ser maya yucateco contemporáneo
- Vida cotidiana, acciones actuales
- Manifestaciones culturales contemporáneas

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Elaboración de organizadores gráficos
Análisis de conceptos mediante ejemplos prácticos de la disciplina (estudios de caso)
Aprendizaje en escenarios reales
Aprendizaje colaborativo
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental haciendo uso de las TIC´s
Elaboración de objetos de aprendizaje
Entrevistas a expertos
Documentación audiovisual de algún elemento cultural contemporáneo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Elaboración de proyectos de integración Reportes de investigación documental Elaboración de ensayos
Evaluación de producto 40%	Presentación del proyecto "Ser maya yucateco contemporáneo" Portafolio de evidencias

9. REFERENCIAS

Ancona, E. (1978) Historia de Yucatán. Yucatán, México: Universidad Autónoma de Yucatán (13)

Canto, A.L.C. (2005) El diseño en la arquitectura prehispánica maya: la geometría y la astronomía como parte fundamental en el proceso arquitectónico. Tesis de maestría. Universidad Autónoma de Yucatán. Facultad de Arquitectura (29)

Casares, O. (2004) Astronomía en el área maya. Mérida, Yucatán, México: UADY (37)

Chávez, C.M. (s/f) Medicina maya en el Yucatán colonial (siglos XVI-XVIII). Tesis de doctorado. UNAM, Facultad de Filosofía y Letras (35)

González, N., Mas, J. (2003) El nuevo concepto de cultura: la nueva visión del mundo desde la perspectiva del otro. Pensar Iberoamérica, revista de cultura. Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la ciencia y la cultura. Disponible en internet: http://www.oei.es/pensariberoamerica/colaboraciones11.htm (2)

Kirchof, P. (1960) Mesoamérica. Suplemento de la revista Tlatoani 3. Escuela Nacional de Antropología e Historia. México (41)

Libros del Chilam balam (25)

Ramundo, P.S. (2004) El concepto antropológico de cultura. Argentina: IDIP (1)

Rodríguez, I.E. (2005) Estudio del comportamiento estructural de la vivienda maya tesis de licenciatura. México. Universidad Autónoma de Yucatán. Facultad de Ingeniería (28)

Ruz, M.H. (2006) Mayas: primera parte. Pueblos indígenas del México Contemporáneo. México: CDI:PNUD (19)

Sam Colop, L. E. (2008) Popol Wuj Cholsamaj. Guatemala (21)

Staines, L.(2004) Pintura mural maya**.** Revista Digital Universitaria [en línea]. 10 de agosto de 2004, Vol. 5, No. 7. [Consultada: 11 de octubre de 2011]. Disponible en Internet: <http://www.revista.unam.mx/vol.5/num7/art40/art40.htm>ISSN: 1607-6079. (18)

Trejo, S. (Editora, 2000) Arquitectura e ideología de los antiguos mayas: Memoria de la Segunda Mesa Redonda de Palenque1997. México : CONACULTA : INAH (31)

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciados del área del campus de ciencias sociales o bien, profesor del área disciplinar del programa educativo.
Experiencia profesional mínima de tres años.
Experiencia docente mínima de tres años.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Estadística Aplicada a los Negocios

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Estadística Aplicada a los Negocios				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Estadística Aplicada a los Negocios tiene como propósito a portar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los conocimientos necesarios sobre la estadística descriptiva e inferencial y su aplicación para el análisis de información.
Esto les permitirá analizar la información mediante el empleo de las técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales y el uso de paquetes de cómputo estadísticos.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Estadística Aplicada a los Negocios se relaciona con las asignaturas: Introducción a los Métodos Cuantitativos, Matemáticas aplicada al Comercio Internacional, Investigación de operaciones ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes culturales; del área de competencia Análisis Económico
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Aplica de forma coherente los principios y técnicas del análisis de series cronológicas con base en el lenguaje matemático para la predicción y los pronósticos en general en aspectos del contexto internacional del comercio.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Construye de manera clara y precisa análisis estadísticos descriptivos relacionados con los negocios. 2. Utiliza de manera correcta las diferentes técnicas inferenciales para realizar estimación de parámetros poblacionales o prueba de hipótesis para situaciones de negocios. 3. Diseña de manera precisa informes del análisis de información utilizando estadística descriptiva e inferencial para situaciones de negocios.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Análisis de datos
- Medidas de tendencia central
- Medida de dispersión
- Medidas de posición

- Medidas de concentración: índice de Gini
- Uso de paquetes computacionales estadísticos para el análisis de información
- Indicadores económicos
- Estadística inferencial
- Prueba de hipótesis
- Correlación y Regresión
- Introducción al análisis multivariante de datos

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje orientado a proyectos
Aprendizaje mediados por las TIC
Aprendizaje autónoma y reflexivo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Desarrollo de proyectos Resolución de situaciones problema
Evaluación de producto 30%	Elaboración de reporte final en la que aplique la estadística a una situación de negocios, preferentemente de carácter internacional.

9. REFERENCIAS

Infante Gil, Said & Zarate de Lara Guillermo. (2012), Métodos Estadísticos un enfoque interdisciplinario.
Díaz Mata, Alfredo. (2013). Estadística aplicada a la administración y la economía.
Castillo Morales, Alberto, (2012). Estadística Aplicada. Alberto Castillo Morales.
De la Garza García Jorge, Morales Serrano Blanca Nieves (2013), Análisis estadístico multivariante.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado o Maestría en Economía, Matemáticas, Estadísticas o áreas afines.
Mínimo un año de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Cultura Organizacional y Liderazgo

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Cultura Organizacional y Liderazgo				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Cultura Organizacional y Liderazgo tiene el propósito de desarrollar competencias y habilidades para la comprensión de las manifestaciones culturales en las organizaciones, la capacidad para desempeñarse exitosamente y preparar herramientas para diagnosticar y proponer cambios culturales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Cultura Organizacional y Liderazgo está relacionada con Cultura Emprendedora, Comunicación Intercultural y ética y Responsabilidad en los Negocios; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Caracteriza de manera fundamentada los diferentes rasgos del liderazgo considerando los elementos de la cultura organizacional en organizaciones inmersas en un contexto internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa. 18. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Identifica de manera clara las características de los modelos culturales de una organización. 2. Identifica de manera clara las expresiones culturales y sus tipos en la organización. 3. Reconoce de forma coherente la cultura organizacional mediante el diagnóstico en las organizaciones. 4. Ejerce liderazgo en los procesos de cambio organizacional hacia una cultura emprendedora.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Cultura organizacional: aspectos teórico-conceptuales
- Modelos de cultura organizacional.
- Componentes, dinámica y aprendizaje en las organizaciones
- Diagnóstico de la cultura organizacional
- El cambio en las organizaciones: hacia una cultura emprendedora
- Liderazgo y cambio en la cultura organizacional

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Organizadores gráficos
Estudio de casos
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Mapas conceptuales Investigación documental Análisis de casos
Evaluación de producto 40%	Reporte técnico

9. REFERENCIAS

Básicas:
Douglas N. (2012) Instituciones, cambio institucional y desempeño económico. México, FCE.
Hernández Romo, M. (2004), La Cultura Empresarial en México. México, Universidad Autónoma de Aguascalientes/ Miguel Ángel Porrúa. (Clásico)
Mai, R., (2004). El aprendizaje organizacional en las empresas inteligentes: más de 200 casos exitosos de desarrollo de capital intelectual. México, Panorama.
Rodríguez Mansillo, D. (2004) Diagnóstico Organizacional. México, Alfaomega.
Robbins, S. (2004). Comportamiento organizacional: conceptos, controversias y aplicaciones. México, Prentice-Hall Hispanoamérica.
Complementarias:
Gonzáles, M. (1999) Comportamiento organizacional: un enfoque latinoamericano. México, Compañía Editorial Continental.
Morales Manrique, M. T. (2011). Diagnóstico en un equipo de trabajo de una empresa comercializadora. Mérida, Tesis de Maestría, Universidad Autónoma de Yucatán.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Psicología, Administración, Economía o Comercio Internacional. Con maestría en Administración o Maestría en Psicología.
Mínimo un año de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Comunicación Intercultural

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Comunicación Intercultural				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

El propósito de la asignatura Comunicación Intercultural es dotar de competencias culturales para el desarrollo profesional de los egresados de la Licenciatura en Comercio Internacional para su desempeño intercultural en diversos escenarios empresariales y de negocios internacionales.

Esto facilita a los estudiantes a desarrollar competencias para relacionarse interculturalmente en las empresas multiculturales y los negocios internacionales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Comunicación Intercultural está relacionada con la asignatura Cultura y Globalización, Cultura Maya, Diplomacia Comercial y Negociación Comercial Internacional; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma clara los elementos que influyen en la comunicación intercultural en contextos internacionales respetando la diversidad que la caracteriza.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Desempeña sus actividades profesionales con capacidades y habilidades interculturales en los procesos de comunicación verbal y no verbal con sensibilidad a la diversidad cultural. 2. Analiza las pautas y prácticas de comunicación en América Latina, Asia, países europeos, África y culturas musulmanas con respeto a la diversidad. 3. Aplica en los negocios internacionales los protocolos de comunicación intercultural de acuerdo a las características culturales de sus interlocutores. 4. Participa en equipos de trabajo multiculturales con un desempeño orientado a los valores de grupo, sensibilidad y respeto para el logro de las metas.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Economía global, empresa multicultural y negocios internacionales (Surgimiento y retos).
- Modelos teóricos de la comunicación intercultural.

- Comunicación y obstáculos culturales.
- Estilos y tipos de comunicación: aspectos teóricos y conceptuales.
- Estrategias de comunicación intercultural en procesos de negociación comercial.
- Componentes del trabajo en equipo multicultural.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Seminarios
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Aprendizaje basado en problemas
Estudio de casos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Informes de lectura Resolución de casos Elaboración de reportes
Evaluación de producto 30%	Análisis de caso práctico.

9. REFERENCIAS

Básicas
Ávila Marcué, F. (2008) Tácticas para la negociación internacional. México, Editorial Trillas.
Martin J. S. (2007) Protocolo comercial: tácticas de negociación intercultural. México, Editorial Patria.
Rodrigo Alsina, M. (1999) Comunicación intercultural. Barcelona, Anthropos Editorial. (Clásico).
Rodríguez Estrada, M. y Ramírez Buendía, P. (2004). Psicología del Mexicano en el Trabajo. México, McGraw Hill Interamericana.
Complementaria:
Caballero Sánchez de Puerta, P. (2013) Negociación y contratación internacional. Málaga, IC Editorial.
Rodrigo Alsina, M. (1997) "Elementos para una comunicación intercultural", en Afers Internacionals, núm. 36.
Snauwaert, E. y Vanoverberghe, F. (2006). "Introducir la competencia intercultural en el currículo de empresariales mediante tebeos para 'poder ganar dinero' hay que 'saber perder tiempo'", en III Congreso Internacional de Español para Fines Específicos. Utrecht, Instituto Cervantes, pp. 179-189.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciatura en Comercio Internacional o Licenciado en Comunicación
Mínimo tres años de experiencia profesional

Mínimo dos años de experiencia docente
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Microeconomía aplicada al comercio internacional

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Microeconomía aplicada al comercio internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguna				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Microeconomía aplicada al comercio internacional tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del marco teórico-referencial necesario para analizar la demanda, la oferta, los costos, los factores productivos y el funcionamiento de las empresas en los mercados que operan en el comercio internacional.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de evaluar el papel de las teorías del mercado y de la empresa en el funcionamiento del comercio mundial de mercancías y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional se relaciona con las asignaturas del plan de estudios de: Matemáticas aplicadas al comercio internacional, Tecnologías de la información aplicadas a los negocios, Geoeconomía, Comercio internacional, Estadística aplicada a los negocios, Evolución del comercio exterior de México, Estadística aplicada a los negocios, Investigación de operaciones, Aduanas y derecho aduanero y Macroeconomía aplicada al comercio internacional; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de en un contexto internacional con

el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Aplica los principios económicos de la teoría del mercado y de la empresa en el contexto del comercio mundial de forma ética y responsable.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Distingue de forma clara los conceptos y principios teóricos de la asignación de los recursos del consumidor, el proceso de formación de la demanda y la importancia del empleo de sus indicadores en el análisis económico. 2. Explica de forma coherente la estructura y la dinámica de funcionamiento de los mercados, así como sus diferencias y oportunidades para el comercio interno y externo. 3. Reconoce de forma clara los conceptos básicos de la combinación y

	asignación de los factores productivos e insumos en el proceso de producción así como los indicadores de productividad de la empresa y las elasticidades de la oferta. 4. Distingue de forma clara la importancia de los costos de producción en la toma de decisiones de la empresa y su aplicación en la búsqueda de oportunidades de integración comercial. 5. Reconoce de forma clara las características de la organización y comportamiento de las empresas en la búsqueda de maximización del beneficio al integrarse al mercado competitivo. 6. Distingue de forma clara los mercados de factores y su relación con la óptima asignación en los procesos productivos. 7. Produce con fluidez el reporte final de su trabajo de investigación en el contexto del comercio mundial de acuerdo a los principios teórico-prácticos de la Microeconomía.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Introducción al modelo microeconómico
- La teoría del mercado
- La teoría de la conducta del consumidor
- Teoría de la producción
- Teoría de los costos
- Teoría de la empresa y mercados
- Mercado de Factores

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje mediado por TIC
Aprendizaje basado en problemas

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Entrevistas presenciales Resolución de situaciones problema
Evaluación de producto 30%	Reporte técnico sobre la problemática microeconómica de México.

9. REFERENCIAS

Básicas
Parkin y Loría, M.E. (2015). Microeconomía versión para Latinoamérica. 11va. Edición. México. Pearson.
Bassols, Z. A. (2005) Microeconomía. (1a. ed.). México. Thomson.
Flores, E. M & Ramos, V. M. (2007). Microeconomía ejercicios prácticos. (1a. ed.) México. Pearson Educación.

Complementarias
Hall, R. & Lieberman, M. (2005). Microeconomía principios y aplicaciones. (3a. ed.). México. Thomson.
Méndez, S. (2007). Economía en la empresa. (3ra. Ed). México. Mc Graw Hill.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciatura en Economía, Comercio Internacional o similares con experiencia en bufete contable.
Mínimo tres años de experiencia profesional
Mínimo dos años de experiencia docente
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Evolución del Comercio Internacional de México

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Evolución del Comercio Internacional de México				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas de estudio independientes	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Evolución del Comercio Internacional de México tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional elementos para analizar los factores complejos que impulsan o deprimen el desarrollo del intercambio de productos y bienes, así como los ritmos y sectores que a través de diferentes épocas fueron incentivados de acuerdo a las diferentes políticas económicas implementadas desde la Colonia hasta nuestros días.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de evaluar el papel del gobierno en la determinación de la política exterior de México a lo largo de la historia.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Evolución del Comercio Internacional de México está relacionada con la asignatura Historia del Comercio Mundial, Comercio Internacional y Geo-Economía; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de forma congruente los factores que impulsan o deprimen el desarrollo del intercambio de bienes, así como los sectores que a través de diferentes épocas fueron incentivados de acuerdo a las políticas económicas implementadas desde la Colonia hasta la integración de México a los bloques económicos.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Analiza críticamente la complejidad del conjunto de factores internos e internacionales, políticos y geoeconómicos que condicionan los procesos de auge y crisis del comercio internacional de México en distintas etapas de su historia. 2. Evalúa los marcos de relaciones económicas y las políticas intrnacionales que restringen en distintas coyunturas el coportamiento exportador de México. 3. Interpreta los factores y las variables a largo plazo que han incidido en las distintas etapas exportadoras de Yucatán y sus marcos geopolíticos que restringen el impulso de la exportación en una economía global.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El comercio externo de la Nueva España.

- Liberalismo y proteccionismo en el México independiente.
- Comercio exterior, 1870-1929.
- Del proteccionismo a la liberalización de mercados, 1930-2009.
- Tópicos de Comercio Internacional del siglo XXI
- Comercio exterior de Yucatán: de los patíes y la cera a las maquiladoras.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Seminario
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Elaboración de reportes
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Reporte de lecturas Investigación documental
Evaluación de producto 40%	Ensayo

9. REFERENCIAS

Básicas
Bonialian, M. (2012). El Pacífico hispanoamericano: política y comercio asiático en el imperio español, 1680-1798. México, El Colegio de México.
Kuntz Ficker. (2007). El comercio exterior de México en la era del capitalismo liberal, 1870-1929. México, El Colegio de México.
Lapointe, M. (2008) Historia de Yucatán. Siglos XIX-XXI. Mérida, Ediciones de la Universidad Autónoma de Yucatán.
Trujillo Bolio, M. (2005). El Golfo de México en la Centuria Decimonónica. Entornos geográficos, formación portuaria y configuración marítima. México, Editorial Porrúa.
Yuste López, C. y Souto Mantecón, M. (coords.). (2000). El comercio exterior de México, 1713-1850. México, Instituto Mora-IIH-UV.
Complementarias:
Vela Sosa, R. (2011). Yucatán exportador. Memoria del siglo XX. México, Facultad de Economía-Universidad Autónoma de Yucatán/Senado de la República.
Rosenzweig, F. (1989) "La evolución económica de México, 1870-1940", en El Trimestre Económico, vol. 56, núm. 1, pp. 11-56.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Historia, Economía o Comercio internacional. Con posgrado en Economía o Comercio

Internacional.
Mínimo tres años de experiencia profesional
Mínimo dos años de experiencia docente
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Cultura Emprendedora

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Cultura Emprendedora				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Tercer semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

El estudio del espíritu emprendedor resulta importante en un contexto donde el déficit de empleo y las acciones de impacto social requieren de personas con iniciativa propia y generadoras de cambio en la sociedad; es por ello que el propósito de esta asignatura es generar una actitud positiva hacia el emprendimiento como medio de superación y progreso continuo en lo personal, profesional y social.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Cultura emprendedora es un eje transversal del plan de estudios y por lo tanto se relaciona con todas las asignaturas que contribuyen al desarrollo de las cinco áreas de competencia de egreso.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Concibe propuestas de emprendimiento innovadoras, creativas y con responsabilidad social a partir de la búsqueda y detección de oportunidades en su entorno.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente.

	8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 17. Establece relaciones interpersonales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera positiva y respetuosa.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Aprecia los atributos y aportaciones que caracterizan a las personas con comportamientos emprendedores en un contexto local, nacional e internacional. 2. Define con claridad los conceptos de creatividad e innovación a partir de aseveraciones universales y particulares. 3. Explica el concepto de emprender desde una perspectiva amplia, vinculándolo con diversos contextos de aplicación. 4. Diferencia de manera reflexiva los tipos de emprendimiento en las organizaciones. 5. Identifica sus debilidades y fortalezas para emprender como base para una mejora continua en sus áreas de oportunidad. 6. Explica el contexto económico, social y cultural a partir de datos, reportes y estudios en los ámbitos local, nacional e internacional. 7. Realiza un diagnóstico del entorno local, nacional e internacional con un enfoque para la resolución de problemas. 8. Reconoce los diferentes actores que conforman una red para emprender de manera eficaz. 9. Utiliza la creatividad e innovación como herramientas para la generación de propuestas emprendedoras.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Espíritu emprendedor
- Contexto e impacto de los emprendedores
- Capacidades emprendedoras
- Ecosistema emprendedor
- Oportunidades de emprendimiento
- Emprendimiento y creación de organizaciones
- Creatividad
- 8. Innovación

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje basado en problemas
Estudios de casos
Debates
Uso de organizadores gráficos
Investigación de campo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Resolución de problemas Reportes de actividades (visitas, congresos) Elaboración de organizadores gráficos Entrevistas Debates
Evaluación de producto 40%	Portafolio de evidencias

9. REFERENCIAS

Básicas
Alcaraz, R. (2011). El Emprendedor de Éxito. México: McGraw-Hill.
Anzola, S. (2002). La Actitud Emprendedora. México: McGraw-Hill. (Clásico)
Autor Corporativo. (2012). Actitud Emprendedora y Oportunidades de Negocio. España: Adams.
Garcia, J. y Marin, J. (2010). La Actitud Innovadora. España: Netbiblo.
Guillen, S. (2013). Gente creativa. Gente innovadora. Arte, trabajo en grupo e innovación. España: Punto Rojo Libros.
Montalvo, B. y Montes de Oca, P. (2013). Emprender. La Nueva Cara de Yucatán. México: Endeavor.
Moulden, J. (2008). Los nuevos emprendedores sociales. México: McGraw-Hill/Interamericana.
Pes, A. y Bilbeny, N. (2012). Emprender con Responsabilidad. España: LID Editorial.
Valderrama, B. (2012). Creatividad Inteligente. España: Pearson.

Complementarias:
Bornstein, D. (2005). Como cambiar el mundo. Los emprendedores sociales y el poder de las nuevas ideas. Madrid: Debate.
Olmos, J. (2007). Tu potencial Emprendedor. México: Pearson.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciatura o ingeniería en cualquier área del conocimiento.
Mínimo de un año de experiencia profesional preferentemente bajo la dirección de proyectos.

Mínimo de dos años de experiencia docente en la impartición de asignaturas relativas al emprendimiento.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Investigación de Operaciones

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Investigación de Operaciones				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Cuarto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Investigación de Operaciones tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura de Comercio Internacional los conocimientos sobre Investigación de Operaciones y programación lineal, la habilidad para plantear el modelo de los problemas a resolver en las organizaciones que operan en el comercio mundial y la habilidad para aplicar los métodos de solución que optimizan sus recursos disponibles.

Esto facilitará a los estudiantes tomar decisiones óptimas para resolver problemas en una organización que opera en el mercado internacional.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Investigación de Operaciones se relaciona con las asignaturas: Introducción a los Métodos Cuantitativos, Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional, Estadística aplicada a los negocios, Tecnologías de la información Aplicadas a los Negocios, Logística Internacional, Tramitación Aduanera y Mercadotecnia; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: Análisis Económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: Estrategias Comerciales.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado

internacional; del área de competencia: Estrategias de Logística.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Aplica de forma creativa los conceptos y herramientas de la investigación de operaciones para resolución de problemas de eficiencia, optimización y productividad en las organizaciones que operan en el comercio mundial.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Aplica modelos matemáticos de programación lineal en problemas de optimización de recursos en empresas que operan en el mercado internacional de acuerdo con los marcos de referencia propios de la disciplina. 2. Aplica de manera fundamentada los métodos de solución a problemas de optimización planteados en las empresas que operan en el mercado mundial.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Modelación de problemas de programación lineal.
- Método de solución gráfico.

- Método de solución simplex.
- 4. Modelo de Transporte.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje basado en problemas.
Resolución de problemas y ejercicios.
Aprendizaje mediado por las TIC.
Aprendizaje autónomo y reflexivo.

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Pruebas de desempeño. Resolución de situaciones problema.
Evaluación de producto 40%	Portafolio de evidencias. Resolución de situación problema en la que apliquen un método de investigación de operaciones en una situación empresarial.

9. REFERENCIAS

Anderson, D.R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D. y Martin, K. (2011). Métodos Cuantitativos para los negocios (11ª ed.). México: Cengage Learning. WEB
Hillier, F. S. y Lieberman, G. J. (2016). Introducción a la Investigación de Operaciones (10ª ed.). México: McGraw Hill. WEB
Hillier. F. S. (2008). Métodos cuantitativos para administración. México: McGraw Hill.
Render, B., Stair Jr., R. M., y Hanna, M. E. (2012). Métodos cuantitativos para los negocios (11ª ed.). México: Pearson. WEB
Taha, H. A. (2012). Investigación de operaciones (9ª ed.). México: Pearson.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Ingeniero Industrial o carreras afines.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor tenga todas las competencias que se declaran en la asignatura para poder impartirla.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Ambiente de Negocios Internacionales

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Ambiente de Negocios Internacionales				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Cuarto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Ambiente de Negocios Internacionales tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para comprender los aspectos que influyen en los negocios internacionales y su entorno.

Esto facilitará al estudiante la realización eficiente de análisis y diagnósticos que permitan identificar la situación actual de un negocio considerando su potencial para adentrarse a la dinámica del comercio internacional.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Ambiente de Negocios Internacionales se relaciona con las asignaturas: Administración, Mercados Internacionales, Logística Internacional, Mercadotecnia y Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación, ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de forma clara los factores que influyen en el contexto interno y externo de las empresas que operan en el comercio y los negocios internacionales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Identifica de forma clara los aspectos clave de competitividad de las empresas en los negocios internacionales. 2. Diferencia de forma clara las diversas estrategias de acceso a los mercados internacionales en el contexto global. 3. Identifica de forma clara los estándares internacionales aplicables al comercio internacional, así como los mecanismos de promoción internacional en el contexto global. 4. Reflexiona críticamente la situación ética y de responsabilidad social de las empresas en un contexto de la globalización.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Cambios dinámicos en la competencia global
- Globalización de mercados y tecnología
- Estrategias de acceso a los mercados internacionales y formas de inversión internacional
- Estándares Internacionales y certificaciones
- Mecanismos de promoción internacional
- Ética global para negocios internacionales

- 7. Responsabilidad social empresarial

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Investigación documental
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Aprendizaje orientado a proyectos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Elaboración de reportes Resolución de casos
Evaluación de producto 30%	Ensayo en el que se analicen los factores que influyen en los negocios internacionales aplicado a un negocio o empresa real en México.

9. REFERENCIAS

Básicas:
Daniels, J., Radebaugh, L y Sullivan, D. (2010). Negocios Internacionales: Ambientes y Operaciones (12va. Ed.). México Editorial Pearson.
García Fonseca, C. (2015). Elementos de Comercio Exterior. México. Editorial Trillas.

Complementaria:
Peng. W. Mike (2010). Estrategia Global. México. Editorial Cengage learning.
Taggart, J. y McDermott, M. (1996). La Esencia de los Negocios Internacionales. México. Editorial Prentice Hall.
Eaton, D. (2009). México y la Globalización: Hacia un Nuevo Amanecer (2da. ed.). México. Ed. Trillas.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Enseñanza del Idioma Inglés o Licenciado en Comercio Internacional, Mercadotecnia y Negocios Internacionales con certificación de enseñanza del idioma inglés.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Teoría de las Relaciones Internacionales

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Teoría de las Relaciones Internacionales				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Cuarto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Teoría de las Relaciones Internacionales" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos básicos de cooperación entre naciones que fomentan las negociaciones y actividades comerciales entre éstas

Esto facilitará a los estudiantes desarrollar análisis de tratados o acuerdos realizados entre países considerando sus objetivos y alcances.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura «Teoría de las Relaciones Internacionales» se relaciona con las asignaturas: «Cultura y Globalización», «Diplomacia Comercial», «Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional», «Mercados Internacionales», «Taller de Investigación Documental» y «Seminario de Investigación»; ya que contribuye al desarrollo de la siguiente competencia de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma crítica, con base en las teorías de las relaciones internacionales, la dinámica cambiante del mundo contemporáneo que establece modalidades de convivencia, negociación y cooperación política entre naciones.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Explica de forma coherente el papel de las Relaciones Internacionales en el contexto del comercio mundial. 2. Identifica de manera clara los actores que participan en las relaciones internacionales. 3. Identifica de manera clara las certificaciones internacionales concernientes a la comercialización de bienes. 4. Identifica de forma clara los órganos del estado encargados de las relaciones internacionales. 5. Identifica de forma clara el papel de los organismos internacionales en el fomento a las actividades internacionales. 6. Analiza de forma crítica acuerdos de convivencia, negociación y cooperación política entre naciones en su ejercicio profesional.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Concepto de Relaciones Internacionales
- Actores en las Relaciones Internacionales
- Reglas que rigen la sociedad internacional
- Órganos del estado encargados de las relaciones internacionales
  - El jefe del Estado

- El Ministro de Asuntos Exteriores
- El servicio exterior: Agentes diplomáticos y cónsules

- Competencias soberanas de los Estados
- Organismos Internacionales

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Ensayos Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Elaboración de reporte en el que se analice el alcance y beneficios derivados de la participación de México en algún organismo internacional.

9. REFERENCIAS

Básica:
Vega Armijo, M. (coord.) (2011). Historia de las relaciones internacionales de México, 1821-2010. México: Secretaría de Relaciones Exteriores, Dirección General del Acervo Histórico Diplomático.
Torrijos R, V. (2009). Política exterior y relaciones internacionales. Colombia. Universidad del Rosario.
Vela Sosa, R. (2012). Relaciones Internacionales: Preguntas y Respuestas. Cuaderno de Investigación. México. Universidad Autónoma de Yucatán.
Torres Ramírez, B. y Vega Cánovas, G. (coord.) (2010). Relaciones Internacionales. México. El Colegio de México.
Complementaria:
Ethier, D. (2014). Introducción a las Relaciones Internacionales. Ed. Porrúa. México.
Reyes, A. (2011). Relaciones Internacionales. Fondo de Cultura Económica. México.
García, P. (2013). Teoría Breve de Relaciones Internacionales. 4ta. Ed. Editorial Tecnos. España.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Economía o Relaciones Internacionales.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.

Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Cuarto semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos legales relacionados con la entrada de mercancías al país o la salida del mismo.

Esto facilitará a los estudiantes desarrollar la identificación y entendimiento de la legislación relacionada con las operaciones de importación y exportación de mercancías.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México, se relaciona con las asignaturas: Derecho Mercantil, Aduanas y Derechos Aduanero, Tramitación Aduanera, Marco Legal Ecológico Internacional, Medios de Defensa Aduanera, ya que contribuyen al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional, según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros, y los aranceles durante los procesos de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico del comercio internacional como parte del derecho internacional público que regula las relaciones comerciales, para la toma de decisiones que coadyuven en la solución de problemas de orden comercial internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Identifica de forma clara los ordenamientos legales y reglamentos nacionales e internacionales relacionados con el comercio exterior de bienes. 2. Argumenta con referencia en los ordenamientos legales las regulaciones arancelarias y no arancelarias en las operaciones de comercio exterior. 3. Argumenta con referencia en los ordenamientos legales las reglas de origen de las mercancías en el comercio internacional. 4. Precisa de forma de forma clara y ordenada los procedimientos aplicables a los actos de comercio internacional. 5. Identifica de forma clara los organismos en materia de comercio internacional y sus funciones en el contexto global de negocios.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Fuentes Jurídicas nacionales e internacionales del comercio internacional
- Marco constitucional y administrativo del comercio exterior
- Fundamentación de las regulaciones arancelarias y no arancelarias
- Reglas de Origen de las mercancías de comercio exterior
- Procedimientos aplicables a los actos de comercio internacional
- Organismos nacionales e internacionales en materia de comercio internacional

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Ensayos Debates Reportes de lecturas Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Reporte de investigación documental en la que se analice una situación de comercio internacional argumentando con base en los ordenamientos legales.

9. REFERENCIAS

Básica:
Quintana, L. (2010). El Comercio Exterior de México, Marco Jurídico, Estructura y Política. México, Editorial Porrúa.
García, C. (2015). Elementos de Comercio Exterior. 2ª. Ed. Editorial Trillas. México.
Ley de Comercio Exterior y reglamento (año en curso). Diario Oficial de la Federación.
Ley Aduanera y reglamento (año en curso). Diario Oficial de la Federación.
Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior (año en curso). Diario Oficial de la Federación.

Complementaria:
Witker, J. (2008). Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México. Ed. UNAM. México.
Martínez, R. (2006). Legislación del Comercio Exterior. México, Mc Graw Hill.
Jaramillo, G. (2006). El Comercio Exterior de México, Marco Jurídico, Estructura y Operativo. México, Mc Graw Hill.
Sepúlveda, C. (2009). Derecho Internacional. México, Editorial Porrúa.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Licenciado en Comercio Exterior o Licenciado en Derecho.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Macroeconomía aplicada al comercio internacional

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Cuarto Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas de estudio independientes	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Microeconomía aplicada al Comercio Internacional				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del marco teórico-referencial necesario para analizar el comportamiento, la estructura y la capacidad de las magnitudes económicas colectivas o globales, a nivel nacional o regional, en el desarrollo económico con una perspectiva crítica y global.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de evaluar el papel de las magnitudes económicas globales en el desarrollo económico del país y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

Se relaciona con las asignaturas del plan de estudios de: Microeconomía aplicada al comercio internacional, Evolución del comercio exterior de México, Estadística aplicada a los negocios, Investigación de operaciones, Mercados internacionales, e Inteligencia comercial; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con

rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma crítica y reflexiva el funcionamiento del sistema económico de mercado desde la perspectiva de la relación y dependencia entre los grandes agregados de la actividad económica en un contexto globalizador.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1- Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Distingue de forma clara y ordenada los orígenes de la macroeconomía y los problemas que estudia en el contexto del comercio en la economía global. 2. Analiza en forma eficiente el ingreso, el gasto y el producto agregado y su relación con el crecimiento económico de un país en la economía globalizada. 3. Distingue en forma clara la PEA, la tasa de desempleo, la tasa de participación económica, la tasa de ocupación y su relación con el comportamiento de una economía en el contexto del comercio en la economía global. 4. Reconoce en forma clara qué determina la oferta y demanda agregada y sus efectos sobre el crecimiento, la inflación y los ciclos económicos en el contexto del comercio en la economía global.

	5. Distingue de forma clara el crecimiento y el desarrollo económico y su relación con las fluctuaciones del ahorro, de la inversión y del acervo de capital. 6. Produce con fluidez el reporte final de su trabajo sobre la problemática macroeconómica del comercio en la economía global de acuerdo a los principios teórico-prácticos de la Macroeconomía.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Fundamentos macroeconómicos
- PIB y crecimiento económico
- Empleo e inflación
- Oferta y demanda agregada
- Ciclo económico
- Finanzas Internacionales: Modelo de Mundell y Fleming

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje mediado por TIC
Aprendizaje basado en problemas

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Entrevistas presenciales Resolución de ejercicios y problemas
Evaluación de producto 40%	Portafolio de evidencias

9. REFERENCIAS

Básicas
Dornbusch, R., Fisher, S. y Startz, R. (2014). Macroeconomía. México. McGraw-Hill.
Parkin, M. (2010). Macroeconomía, Versión para América Latina. México. Pearson Educación.
Sachs, J. y Larrain, F. (2014). Macroeconomía en la economía global. USA. Pearson.

Complementarias

Barro, R. J. (1991). Macroeconomía. Madrid. Alianza.
Froyen, R. T. (1995). Macroeconomía. Colombia. McGraw-Hill.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciatura en Economía o Licenciatura en Comercio Internacional.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Estrategias para la Internacionalización de las Empresas

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Estrategias para la Internacionalización de las Empresas				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Quinto Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Estrategias para la Internacionalización de las Empresas tiene como propósito aportar a los estudiantes de la licenciatura en Comercio Internacional los elementos para dirigir y administrar un planteamiento estratégico para la internacionalización de la empresa.

Esto les permitirá aplicar las herramientas de la planeación estratégica para formular un proyecto acorde a la realidad de la empresa.

3. RELACIÓN DE LAS ASIGNATURAS CON OTRAS

La asignatura Estrategias para la Internacionalización de las Empresas se relaciona con las asignaturas: Administración, Mercados Internacionales, Logística Internacional, Mercadotecnia y Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación, ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia Estrategias de Logística.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo

globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla eficientemente planes estratégicos con el objetivo de llevar a cabo el proceso de internacionalización de una empresa considerando los factores del ambiente internacional de los negocios.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Identifica de forma clara los elementos que influyen en el proceso de internacionalización de una empresa. 2. Precisa de forma coherente en las empresas el proceso de planeación de negocios orientados a la exportación. 3. Aplica herramientas administrativas en las empresas para ligar el modelo de negocio a la estrategia de internacionalización.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- La naturaleza de la administración estratégica
- Modelos de negocios y estrategias
- Empresa y su proceso de internacionalización
- Diagnóstico interno y externo
- Planeación de negocios y estrategias orientadas a la internacionalización
- Análisis de la estrategia

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Estudios de caso
Elaboración de proyectos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Análisis de caso Reportes de lecturas
Evaluación de producto 30%	Desarrollo de proyecto

9. REFERENCIAS

Básicas:
Ávila Marcué, F. (2012). Estrategias de Promoción en Comercio Exterior. México: Ed. Trillas.
Peng. W. Mike (2010). Estrategia Global. México. Editorial Cengage learning.

Complementarias:
Claver Cortés, E., Quer Ramón, D. (2000) Estrategias de Internacionalización de la Empresa. España. Editorial ECU.
García, G. (2012). Estrategias de Internacionalización de la empresa. España: Ed. Pirámide.
Thompson Arthur. (2012). Administración Estratégica: Teoría y Casos. Editorial McGrawHill.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado o Maestría en Economía, Comercio Internacional, o área afín.
Mínimo un año de experiencia docente.
Mínimo dos años de experiencia profesional
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Inteligencia Comercial

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Inteligencia Comercial				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Quinto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Inteligencia comercial tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales de la inteligencia comercial para desarrollar esquemas estratégicos de comercialización.

Esto facilitará al estudiante la esquematización y análisis de información estratégica para desarrollar una estrategia comercial.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Inteligencia Comercial se relaciona con las asignaturas: Mercadotecnia, Logística Internacional, Negociación Comercial Internacional y Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Diseña de forma responsable y creativa estrategias basadas en los modelos de inteligencia comercial para su aplicación en el ámbito de la comercialización internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 10. Formula, gestiona y evalúa proyectos en su ejercicio profesional y personal, considerando los criterios del desarrollo sostenible. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales. 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Explica de forma clara el concepto y utilidad de un sistema de inteligencia comercial en una organización. 2. Identifica de forma clara y ordenada la información interna y externa que requiere un sistema de inteligencia comercial para una organización. 3. Interpreta coherentemente la estructura y características de los sistemas de inteligencia comercial en las empresas. 4. Diferencia de manera clara las herramientas para la implementación de inteligencia comercial en las organizaciones. 5. Desarrolla un sistema de inteligencia comercial adecuado a los requerimientos de una organización. 6. Analiza eficientemente la información recopilada por el sistema de inteligencia comercial en las organizaciones.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Inteligencia comercial: Concepto, utilidad y aplicación
- Información interna y externa para el sistema de inteligencia comercial

- Estructura y características de los sistemas de inteligencia comercial
- Herramientas para la inteligencia comercial
- Análisis y procesamiento de la información

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Ensayos Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Desarrollo de proyecto en el que se diseñe un sistema de inteligencia comercial y se analice la información recopilada.

9. REFERENCIAS

Básica:
Lluis Cano, J. (2010). Business Intelligence: Competir con información. España. Banesto, Fundación Cultur.
Rodríguez Padilla, J. M. (2012) Cómo hacer Inteligente su Negocio. México. Grupo Editorial Patria.
Bassat, L. (2012). Inteligencia Comercial. España. Plataforma Editorial.

Complementaria:
Méndez del Río, J. (2007) Más allá del Business Intelligence. México. Editorial Gestión 2000.
Lerma Kirchner, A. (1997). Inteligencia comercial: Guía Práctica. México. Editorial Iberoamérica.
McLeod, R. (2000). Sistemas de información Gerencial. México. Pearson Educación.
Curto Díaz, J. (2010). Introducción al Business Intelligence. España. Editorial UOC.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía, Comercio Internacional, Mercadotecnia o Administración.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Diplomacia Comercial

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Diplomacia Comercial				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Quinto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Teoría de las Relaciones Internacionales				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Diplomacia Comercial tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos básicos de negociación entre naciones que fomentan la cooperación, las relaciones, y actividades comerciales entre éstas

Esto facilitará a los estudiantes desarrollar análisis de la negociación de tratados o acuerdos realizados entre países considerando sus objetivos y alcances.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Diplomacia Comercial se relaciona con las asignaturas: Cultura y Globalización, Teoría de las Relaciones Internacionales, Mercados Internacionales, Negociación Comercial Internacional y Seminario de Investigación; ya que contribuye al desarrollo de la siguiente competencia de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma crítica y reflexiva estrategias de negociación que fortalezcan las capacidades del sector público y privado para su eficaz desempeño en los foros de negociación y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales suscritos por el País, en el marco de la dinámica de participación internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICASA LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Reconoce de forma coherente la función de la diplomacia comercial en los procesos de internacionalización. 2. Identifica de forma clara las normas que rigen la economía internacional y el comercio que influyen en la promoción de los intereses del país. 3. Identifica de forma clara y ordenada el proceso de las negociaciones comerciales internacionales en los acuerdos suscritos en beneficio del país. 4. Analiza de forma coherente los instrumentos de promoción del país en las áreas del comercio e inversión. 5. Analiza de forma crítica y reflexiva estrategias de promoción comercial en mercados externos que sea consistente con los intereses del país.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Diplomacia Comercial: teoría y conceptos
- Negociación de dos vías: comercio e inversión extranjera
- Temas estratégicos en la negociación de acuerdos comerciales
- La diplomacia comercial y la dinámica de integración de países
- Proceso de negociación de acuerdos comerciales
- Desarrollo del Sector Externo y de la inserción Internacional de México

- Diplomacia comercial y la internacionalización de las empresas
- Estrategias de promoción comercial en mercados externos

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 60%	Debates Reportes de lecturas Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 40%	Investigación documental

9. REFERENCIAS

Básicas:
Clavel, J.D. (1994) La negociación diplomática multilateral. México, Ed. FCE. (Clásico)
Kostecki, M. y Oliver, N. (2007) "Commercial diplomacy and international business", en Discussion Papers in Diplomacy, núm. 107. La Haya. Netherlands Institute of Internatinl Relations-Clingendael.
Ruel, H. (2012), Commercial Diplomacy and International Business: a conceptual and empiricl exploration. Bingley, Emerald.
Sánchez Pérez-Castejón, P. (2013). "La diplomacia comercial en el centro de la diplomacia económica española", en Anuario Jurídico y Económico Escurialense, vol. XLVI pp. 345-362.

Complementaria:
De la Rosa, G. (2004). México más allá del TLCAN. Competitividad y Diversificación de Mercados. Universidad Autónoma Metropolitana. Ed. Plaza y Valdes. México.
Pérez, A. (2014). La Diplomacia: Fundamentos para su Estudio y Práctica. Ed. Trillas. México.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Relaciones Internacionales o Economía.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Aduanas y Derecho Aduanero

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Aduanas y Derecho Aduanero				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Quinto Semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Aduanas y Derecho Aduanero tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos relacionados con las aduanas y su administración, así como el proceso de despacho aduanero de mercancías en las operaciones de comercio exterior que les permita interpretar las leyes y reglamentos relacionados con este tipo de operaciones.

Esto facilitará a los estudiantes realizar eficientemente la importación o exportación de mercancías aplicando la legislación pertinente.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Aduanas y Derecho Aduanero se relaciona con las asignaturas: Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México, Medios de Defensa Aduanera y Tramitación Aduanera; ya que contribuye al desarrollo de la siguiente competencia de egreso:

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Interpreta de manera fundamentada el marco jurídico y administrativo aplicable en materia de derecho aduanero en la realización de operaciones internacionales de comercio.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Reconoce de forma clara los elementos relacionados con las Aduanas y su administración en las operaciones de comercio internacional. 2. Reconoce de forma ordenada el proceso del despacho aduanero de mercancías en las operaciones internacionales. 3. Identifica de forma coherente las características de los Regímenes Aduaneros aplicables en las operaciones de comercio exterior. 4. Implementa eficientemente la metodología para el cálculo del pago de contribuciones en una operación de comercio exterior. 5. Precisa de forma fundamentada las facultades que tiene la Autoridad Aduanera en las operaciones de comercio exterior.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Aduanas: Funciones y administración
- Proceso del despacho aduanero
- Fracción arancelaria
- Regímenes aduaneros
- Valor aduana de mercancías y su relación con los INCOTERMS.
- Contribuciones de comercio exterior
- Facultades de comprobación de la autoridad aduanera

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Resolución de problemas y ejercicios

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Pruebas de desempeño Resolución de Casos Ensayos
Evaluación de producto 20%	Resolución de situación problema. Se resolverá una situación de importación definitiva considerando los documentos del trámite, el INCOTERM, el valor aduana de la mercancía y los aranceles de la exportación y demás contribuciones derivadas del tipo de operación.

9. REFERENCIAS

Básicas:
Vela, R. (2012). Gestión Aduanera. México: Ediciones del Colegio de Economistas de Yucatán.
Ley Aduanera (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Reglamento de Ley Aduanera (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Reglas Generales en Materia de Comercio Exterior (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.

Complementarias:
Acosta Roca, F. (2013). Trámites y Documentos en Materia Aduanera (2da. ed.). México: Editorial ISEF.
Acosta Roca, F. (2011). INCOTERMS Términos de Compra-venta Internacional. (3ra. ed.). México: Editorial ISEF.
Becerril Hernández, M. (2010). Facultades de Comprobación, Procedimiento Administrativo en Materia Aduanera y Medios de Impugnación. México: Tax editores.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales o Licenciado en Derecho.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo dos años de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Mercados Internacionales

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Mercados Internacionales				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Quinto Semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Mercados Internacionales tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos relacionados con las características de los diferentes mercados internacionales para la realización de análisis objetivos sobre su potencial para la realización de negocios.

Esto facilitará a los estudiantes realizar diagnósticos coherentes sobre la situación de otros países para explotar oportunidades comerciales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura «Mercados Internacionales» se relaciona con las asignaturas: «Historia del comercio mundial», «Evolución del Comercio internacional de México», «Macroeconomía aplicada al comercio internacional», «Mercados internacionales», «Mercados Financieros» ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Evalúa con argumentos congruentes y lógicos la naturaleza, estructura, condicionamientos y proyección de los diferentes mercados internacionales para la identificación de oportunidades comerciales en un contexto de economía globalizada.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Reconoce de manera clara los factores favorables y restrictivos que influyen en la dinámica del comercio internacional. 2. Identifica de forma clara los diferentes tratados y acuerdos de libre comercio suscritos por México en el contexto internacional. 3. Precisa de forma coherente los principales objetivos de los bloques comerciales de los diferentes continentes del mundo. 4. Analiza de manera crítica y reflexiva la naturaleza, estructura y características de los mercados internacionales considerando la regionalización del comercio.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- El proceso de Integración Comercial Internacional y de Mercados Internacionales
- Modalidades de integración internacional
- Tratados y acuerdos de libre comercio suscritos por México
- Organización Regional de los Mercados:
  - Mercados en Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica
  - Mercados de Europa
  - Mercados en Asia
  - Mercados en Oceanía

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Investigación documental
Estudio de casos
Aprendizaje autónomo y reflexivo

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso (60%)	Pruebas de desempeño Resolución de casos Ensayos Debates
Evaluación de producto (40%)	Elaboración de reporte final que considere en análisis de un país, considerando aspectos geográficos, económicos, legales, culturales y de negocios.

9. REFERENCIAS

Básicas:
García, C. (2013). Elementos de Comercio Exterior. 2da. Edición. México. Ed. Trillas.
Eaton, D. (2009). México y la Globalización: Hacia un Nuevo Amanecer. 2da. Edición. México. Ed. Trillas.
Vela, R. (2011). Cuaderno de Economía No. 51 "Perfil de países que tienen Acuerdo de Llibre Comercio con México" México. Ed. UADY.

Complementarias:
Sulser, R. (2010). Tratados Comerciales Internacionales. 2da. edición México. Ed. ISEF.
Lerma, A. (2000). Comercio Internacional: Metodología para la Formulación de Estudios de Competitividad Empresarial. 3ra. Edición. México. Ed. ECAFSA.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional o Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Mercadotecnia

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Mercadotecnia				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Sexto semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Mercadotecnia" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de una estrategia comercial basada en las necesidades de los consumidores aplicando las 4 variables de la mezcla de mercadotecnia.

Esto facilitará al estudiante la realización de planes estratégicos de comercialización de bienes en los mercados de interés.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Mercadotecnia se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las empresas, Promoción en Mercados Internacionales, Mercadotecnia Internacional, Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación y Mercados Internacionales; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de manera crítica y reflexiva la teoría mercadológica para el desarrollo de las empresas y organizaciones que participan en el mercado mundial.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Interpreta de manera coherente el concepto de mercadotecnia y los elementos que intervienen en las estrategias mercadológicas. 2. Interpreta de forma clara y ordenada el proceso de investigación de mercados y los elementos que intervienen en ella para diseñar protocolos de investigación en procesos estratégicos. 3. Identifica de forma clara los variables de segmentación utilizadas en las estrategias comerciales. 4. Identifica de forma clara los elementos de la mezcla de mercadotecnia en las estrategias comerciales.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Concepto de mercadotecnia
- Conceptos básicos: Mercado, consumidor, demanda, oferta, necesidades, deseos.
- Proceso histórico de la mercadotecnia
- Elementos de un análisis de mercado integral: Compañía–consumidores–competidores–mercado.
- Proceso de la investigación de mercados
- Segmentación de mercados: concepto y variables
- Mezcla de Mercadotecnia: Las 4 P´s
- Posicionamiento

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Resolución de situación problema. Reporte técnico

9. REFERENCIAS

Básica:
Kotler, P. (2015). Fundamentos de Marketing (11va. Ed.). México. Ed. Pearson
Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2011). Marketing (11va. Ed.). México. Ed. Cengage Learning.

Complementaria:
Vela Manzanilla, R. (2009). Mercadotecnia: Conceptos y Definiciones. México. Ed. Cepsa.
Fisher de la Vega, L. (1996). Investigación de mercados. México. Ed. McGraw Hill/Interamericana
Fernández Valiñas, R. (2009). Segmentación de Mercados (3ra. Ed.) México. Editorial McGraw Hill.
Ries, A., Trout, J. (2002). Posicionamiento: La Batalla por su Mente (2da. Ed.). México. Ed. McGraw Hill / Interamericana

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Mercadotecnia o Licenciado en Economía.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Logística Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Logística Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Sexto semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Logística Internacional tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de una estrategia logística basada en las características y requerimientos de los mercados internacionales.

Esto facilitará al estudiante la realización de planes estratégicos de Logística considerando los aspectos técnicos de los mercados internacionales de interés.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Logística Internacional se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las empresas, Promoción en Mercados Internacionales, Mercadotecnia, Inteligencia Comercial, Mercadotecnia Internacional, Negociación Comercial Internacional, Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación y Mercados Internacionales; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias logísticas con base en los principios teóricos sobre abastecimiento, producción, distribución, transporte y seguros en situaciones de comercio internacional de mercancías.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Identifica de forma clara el papel de la Logística en el comercio internacional de bienes. 2. Identifica de forma clara el proceso logístico en el comercio internacional 3. Interpreta de forma coherente los elementos que intervienen en el proceso de distribución física de mercancías en el comercio internacional. 4. Aplica de forma eficiente el costo de las actividades logísticas según el INCOTERM que se seleccione en la operación internacional.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Concepto, características e importancia de la Logística Internacional
- Proceso Logístico en el comercio Internacional
- Planeación de la producción e inventarios
- Envase, empaque y embalaje
- Análisis del transporte y contenedores
- Seguros de transporte internacional

- Operadores Logísticos
- INCOTERMS y la Logística Internacional

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje cooperativo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Resolución de situación problema. Entrega de un reporte en el que se plantee una solución a un problema logístico considerando un producto que debe transportarse a un mercado internacional.

9. REFERENCIAS

Básica:
Long, D. (2015). Logística Internacional: Administración de la Cadena de Abastecimiento Global. México. Editorial Limusa.
Portales Rodríguez, G. (2009). Transportación Internacional. México. Editorial Trillas.

Complementaria:
Ballou, R. (2014). Logística Empresarial: Control y Planificaciones. España. Ed. Díaz de Santos.
Ruiz Olmedo, S. (2007). Tratado Práctico de los Transportes en México. Ed. 20+1.
Maubert Viveros, C. (2015). Comercio Internacional: Aspectos Operativos, Administrativos y Financieros. México. Ed Trillas.
Martner Peyrelongue, C. (2008). Transporte Multimodal y Globalización en México. México. Ed. Trillas.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Mercadotecnia y Negocios Internacionales o Ingeniero industrial Logístico.
Mínimo tres años de experiencia profesional.

Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Negociación Comercial Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Negociación Comercial Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Sexto semestre				
e.- Duración total en horas	12	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Comunicación Intercultural.				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Negociación Comercial Internacional tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de una estrategia logística basada en las características y requerimientos de los mercados internacionales.

Esto facilitará al estudiante la realización de planes estratégicos de Logística considerando los aspectos técnicos de los mercados internacionales de interés.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Negociación Comercial Internacional se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las empresas, Promoción en Mercados Internacionales, Mercadotecnia, Logística Internacional, Mercadotecnia Internacional, Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación y Mercados Internacionales; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Diseña de manera creativa diversas estrategias de negociación que amplíen las oportunidades de comercialización de los productos regionales en los mercados internacionales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	4. Gestiona el conocimiento en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, de manera pertinente. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Interpreta de forma clara el concepto de negociación y los tipos de negociación en el comercio internacional. 2. Identifica de forma coherente los elementos y factores que influyen en las negociaciones internacionales. 3. Aplica de forma ordenada el proceso de la negociación en el contexto internacional. 4. Identifica de forma clara los aspectos clave a tratar en las negociaciones internacionales. 5. Identifica de forma clara los diferentes tipos de contratos que pueden utilizarse en las operaciones comerciales internacionales.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Concepto elementos y tipos de negociación
- Comunicación verbal y no verbal en las negociaciones
- Factores que influyen en las negociaciones internacionales.
- Proceso de la negociación internacional
- Aspectos a negociar en el comercio internacional: Precio, formas de pago internacional, Incoterms

- Contratos internacionales

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje cooperativo
Juego de Roles

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Reportes de lectura
Evaluación de producto 30%	Resolución de situación problema Solucionar una situación de negociación en la que las dos parte tienen intereses comunes pero objetivos diferentes, basándose en el proceso de negociación.

9. REFERENCIAS

Básica:
Llamazares García-Lomas, O. Nieto Churruca, A. (2014) Negociación Internacional: Estrategias y Casos. España. Editorial Pirámide.
Felipe Ávila Marcué. (2012). Tácticas para la Negociación Internacional. México. Editorial Trillas.
Cabeza, D., Corella, P., Jiménez, C. (2015). Negociación Intercultural. México. Ed. Alfaomega.
Ovejero Bernal, A. (2014). Técnicas de Negociación. México. Ed. McGraw Hill / Interamericana.

Complementaria:
Hendon, D., Hendon, R. (1999) Cómo Negociar en Cualquier Parte del Mundo. México. Ed. Limusa.
Bancomext. (2001). Técnicas de Negociación internacional. México. Serie de Documentos Técnicos Bancomext.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Mercadotecnia y Negocios Internacionales o Economía
Mínimo dos años de experiencia profesional.

Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Tramitación Aduanera

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Tramitación Aduanera				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Sexto semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Aduanas y Derecho Aduanero				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Tramitación Aduanera" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de trámites aduaneros considerando el procedimiento y aspectos que deben cumplirse según el régimen aduanero determinado para la operación.

Esto facilitará al estudiante la realización de operaciones aduaneras cumpliendo con la legislación correspondiente y los requisitos formales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Tramitación Aduanera se relaciona con las asignaturas: Régimen Legal del Comercio Exterior de México, Aduanas y Derecho Aduanero, Medios de Defensa Aduanera y Logística Internacional; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Implementa con argumentos legales los aspectos técnicos y documentarios que intervienen en los trámites aduaneros de importación y exportación de mercancías, considerando los aspectos arancelarios y no arancelarios, que benefician las operaciones de las empresas en el comercio mundial.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable. 18. Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales
Específicas	1. Precisa con base en la ley aduanera el procedimiento del despacho aduanero de mercancías en las operaciones comerciales. 2. Identifica con base en la legislación los documentos que conforman su expediente de comercio exterior en las operaciones aduaneras 3. Define los acuerdos de libre comercio que las organizaciones pueden aplicar para beneficio de su operación aduanera. 4. Identifica con base en la legislación las regulaciones y restricciones no arancelarias que debe cumplir la empresa para el trámite de comercio exterior. 5. Determina las contribuciones que debe pagar la empresa para realizar la operación aduanera. 6. Identifica las infracciones y sanciones que pueden aplicarse a la operación aduanera de las empresas.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Proceso de Despacho Aduanero Según Regímenes Aduaneros
- Documentación a presentar (expediente de trámite aduanero)
- Ventanilla única de Comercio Exterior
- Aplicación de tratados de libre comercio
- Cumplimiento de Regulaciones y Restricciones no arancelarias

- Identificación y cálculo de contribuciones a pagar
- Infracciones y sanciones derivadas de las operaciones aduaneras

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Resolución de situación problema. Solución de una situación en la que debe fundamentarse con base en la legislación aduanera el proceder en una operación de comercio exterior.

9. REFERENCIAS

Básica:
Ley de Comercio Exterior y Reglamento (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley Aduanera y Reglamento (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley Federal de Derechos (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley del IVA (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley de IEPS (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.

Complementaria:
Silva, E. (2008). Estrategias de Defensa Aduanera. Editorial PACJ. México.
Moyotl, F. (2005). Embargo Precautorio en Materia Aduanera. Editorial ISEF. México
Becerril, M. (2011). Facultades de Comprobación, Procedimiento Administrativo en Materia Aduanera y Medios de Impugnación. Tax Editores. México.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Mercadotecnia y Negocios Internacionales o Derecho.

Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Mercados Financieros

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Mercados Financieros				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Sexto semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Mercados Financieros tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para entender el funcionamiento de los mercados financieros y de los activos que en ellos se negocian.

Esto facilitará al estudiante la realización de análisis que permitan identificar la situación actual de los mercados financieros para generar estrategias internacionales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Mercados Financieros se relaciona con las asignaturas: Ambiente de Negocios Internacionales, Mercados Internacionales, Comercio Internacional, Seminario de Investigación y Seminario de Investigación II; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia Estrategias Comerciales.
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia Investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Analiza de forma coherente los diferentes mercados que sirven a los inversionistas o a los que requieren acudir a fuentes de financiamiento para el desarrollo de proyectos estratégicos en un contexto de economía internacional.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICASA LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales.
Específicas	1. Interpreta de forma clara el funcionamiento y operaciones que se realizan en los mercados financieros. 2. Identifica de forma clara el funcionamiento de los diferentes tipos de mercados financieros en el contexto global. 3. Interpreta de forma coherente la información generada en los mercados financieros.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Características y clasificación de los mercados financieros
- Mercado de dinero
- Mercado de capitales
- Mercado de divisas
- Mercado de derivados

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Investigación documental
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Resolución de problemas y ejercicios

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Elaboración de reportes Resolución de casos
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un reporte en el que se analice el comportamiento de un mercado financiero.

9. REFERENCIAS

Básica:
Solano Martínez, E. (2001). Moneda, Banca y Mercados Financieros. México. Ed. Pearson. (Clásico).
Díez de Castro, L., Medrano, M.L. (2007). Mercados Financieros Internacionales. España. Ed. Dykinson.
Martín Marín, J. L., Trujillo Ponce, A. (2004). Manual de Mercados Financieros. España. Ed. Paraninfo.

Complementaria:
Pedrosa Rodríguez, M. (2002). Los Mercados Financieros y su globalización. España. Universidad Pontífice de Salamanca.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía, Comercio Internacional o Mercadotecnia y Negocios Internacionales con Maestría en Finanzas.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Promoción en Mercados Internacionales

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Promoción en Mercados Internacionales				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Séptimo semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Mercadotecnia				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Promoción en Mercados Internacionales tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de estrategias de promoción en mercados internacionales

Esto facilitará al estudiante la realización de estrategias directas considerando las características de los compradores en los mercados internacionales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Promoción en mercados internacionales se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las Empresas, Mercadotecnia, Mercadotecnia Internacional, Logística Internacional y Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla de forma eficiente y eficaz estrategias comerciales aplicando las herramientas promocionales que permitan la generación de condiciones favorables a los productos o servicios que se venden o desean vender en los mercados internacionales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	2. Se comunica en inglés de manera oral y escrita, en la interacción con otros de forma adecuada. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Define coherentemente el concepto de promoción internacional en el contexto internacional de negocios. 2. Diferencia los medios de promoción directa e indirecta en el comercio internacional. 3. Aplica de forma eficiente los medios de promoción directa en el comercio internacional, considerando el mercado meta.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Concepto y características de la promoción internacional
- Mecanismos públicos y privados de promoción internacional
- Medios de promoción indirecta (medios masivos)
- Medios de promoción directa
  - Página web corporativa
  - Redes sociales
  - Directorios especializados en internet
  - E-mail MKT (Mailing)

- Envío de muestras
- Revistas de negocios especializadas
- Ferias comerciales
- Misiones comerciales
- Venta personalizada

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Desarrollo de proyecto en el que se desarrolle un plan de promoción internacional aplicando y costeando las estrategias de promoción directa.

9. REFERENCIAS

Básica:
Ávila Marcué, F. (2012). Estrategias de Promoción en Comercio Exterior. México: Ed. Trillas.
Daniels, J., Radebaugh, L., Sullivan, D. (2010). Negocios Internacionales. Ambientes y Operaciones. México. Editorial Pearson.

Complementaria:
Pedroza Escandón, J., Sulser Valdés, R. (2005). La promoción Internacional para Productos y Servicios. México. Editorial ISEF.
Lerma Kirchner, A. (2007). Comercio y mercadotecnia internacional, metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial (3ra. ed.). México. Editorial Thompson.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional o Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.

Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Marco Legal Ecológico Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Marco Legal Ecológico Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Séptimo semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Marco legal Ecológico Internacional" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos básicos de la normatividad ecológica o ambiental relacionada con el comercio internacional de bienes en relación con el fomento o restricción de las operaciones con otros países.

Esto facilitará a los estudiantes desarrollar proyectos o estrategias ecológicamente viables que les permitan acceder a mercados internacionales aplicando la normatividad que se requiere.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura «Marco Legal Ecológico Internacional» se relaciona con las asignaturas: «Tramitación Aduanera », «Mercadotecnia Internacional» y «Diseño y evaluación de proyectos de exportación»; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla de forma eficiente y eficaz en las instituciones públicas y empresas de la región actividades comerciales ecológicamente viables basadas en el marco legal ecológico que norma las actividades comerciales internacionales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 10. Formula, gestiona y evalúa proyectos en su ejercicio profesional y personal, considerando los criterios del desarrollo sostenible. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable. 19. Promueve el desarrollo sostenible en la sociedad con su participación activa.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Identifica de manera clara los ordenamientos legales ecológicos y medioambientales relacionados con la comercialización de bienes. 2. Identifica de manera clara las normas oficiales ecológicas y medioambientales relacionadas con la comercialización de bienes. 3. Identifica de manera clara las certificaciones internacionales concernientes a la comercialización de bienes. 4. Aplica de forma coherente los ordenamientos legales que permiten el desarrollo de proyectos comerciales ecológicos y sustentables en el contexto económico global.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Comercio y Medio Ambiente
- Legislación nacional en materia de ecología y sustentabilidad
- Normas Oficiales Mexicanas ecológicas y medioambientales relacionadas con el Comercio Internacional.
- Legislación Internacional en materia de ecología y sustentabilidad
- Certificaciones Internacionales relacionadas con aspectos ecológicos o medioambientales
- Trámites aduaneros relacionados con aspectos ambientales o ecológicos

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de Casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje autónomo y reflexivo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Ensayos Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Resolución de situación problema. Reporte en el que se solucione de forma fundamentada una problemática de una empresa en materia ecológica.

9. REFERENCIAS

Básica:
Ley General de Equilibrio y Protección al Ambiente (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Ley General de Bienes Nacionales (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.
Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior (año en curso). México. Diario Oficial de la Federación.

Complementaria:
Muñoz, C., Rivera, M., Ávila, S. (2004). Comercio y Medio Ambiente: Distorciones, Información y Acceso a Mercados. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales / Instituto Nacional de Ecología. México.
Ramírez, G., Marín, E. (2013). Comercio Justo, Globalización y Medio Ambiente. Ed. Universidad Externado de Colombia. Colombia.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional o Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Medios de Defensa Aduanera

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Medios de Defensa Aduanera				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Séptimo semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Tramitación Aduanera				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Medios de Defensa Aduanera" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la defensa de las operaciones aduaneras de entrada o salida de mercancías del país considerando el conocimiento de las posibles infracciones y las sanciones de la autoridad.

Esto facilitará al estudiante fundamentar legalmente sus operaciones comerciales internacionales y defenderlas en caso de que la autoridad aduanera se lo requiera.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura «Medios de Defensa Aduanera» se relaciona con las asignaturas: «Régimen Legal del Comercio Exterior de México», «Aduanas y Derecho Aduanero» y «Tramitación Aduanera»; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Implementa de forma fundamentada estrategias de defensa aplicando la legislación aduanera para evitar o resolver problemas derivados en las operaciones de importación o exportación de mercancías.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. Actualiza sus conocimientos y habilidades para su ejercicio profesional y su vida personal, de forma autónoma y permanente. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Fundamenta con base en la legislación aduanera las facultades de comprobación de la autoridad y las infracciones y sanciones en los procedimientos aduaneros. 2. Interpreta de forma coherente la legislación para la interposición de un recurso de revocación, un juicio contencioso administrativo o un juicio de amparo en materia de comercio exterior en el contexto de operaciones comerciales internacionales. 3. Interpreta de forma coherente la legislación que permite el armado del expediente con los documentos necesarios para un recurso de revocación, un juicio contencioso administrativo o un juicio de amparo en materia de comercio exterior en el contexto de operaciones comerciales.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Fundamentación de las Facultades de Comprobación de la Autoridad Aduanera
- Fundamentación de las Infracciones y Sanciones en materia aduanera
- Principios Básicos de defensa fiscal y aduanera
- Órganos de Justicia en México
- Recurso de revocación
- Juicio Contencioso administrativo
- Juicio de Amparo

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje basado en problemas
Aprendizaje cooperativo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Resolución de situación problema Resolución de una problemática en la que la empresa haya incurrido en una infracción aduanera, fundamentando legalmente las razones por las que debe absolverse a la empresa de la infracción.

9. REFERENCIAS

Básica:
Ley de Comercio Exterior y Reglamento (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Ley Aduanera y Reglamento (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Reglas de Carácter General en Materia de Comercio Exterior (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Ley del Impuesto General de Importación y Exportación (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Ley Federal de Derechos (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Ley del IVA (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.
Ley de IEPS (año en curso) México. Diario Oficial de la Federación.

Complementaria:
Silva, E. (2008). Estrategias de Defensa Aduanera. Editorial PACJ. México.
Moyotl, F. (2005). Embargo Precautorio en Materia Aduanera. Editorial ISEF. México
Becerril, M. (2011). Facultades de Comprobación, Procedimiento Administrativo en Materia Aduanera y Medios de Impugnación. Tax Editores. México.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional o Licenciado en Derecho.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LITERATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Servicio Social

Tipo de asignatura:
Obligatoria
Modalidad de la asignatura:
Presencial

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Servicio Social				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Presencial				
d.- Ubicación	Séptimo semestre				
e.- Duración total en horas	480	Horas presenciales	480	Horas no presenciales	0
f.- Créditos	12				
g.- Requisitos académicos previos	Cumplir con el 70% de créditos de la malla curricular				

2. JUSTIFICACIÓN DEL SERVICIO SOCIAL EN EL PE

De acuerdo a la definición plasmada en el artículo 52 de la ley reglamentaria del artículo 5 constitucional, creado en 1945 y vigente en las reglamentaciones de las universidades del país, por Servicio social en la Educación superior se entiende al "conjunto de actividades teórico-prácticas de carácter temporal obligatorio que realizan los estudiantes como requisito previo para obtener el título o grado de formación académica en interés de la sociedad y el Estado".

Dicho de otro modo, constituye una estrategia formativa, con alta relevancia y pertinencia social, en donde los estudiantes tienen la oportunidad de lograr observar y poner en práctica la vinculación entre la teoría y la práctica, mediante la aplicación de sus conocimientos sobre necesidades sociales en beneficio de la sociedad.

En la Licenciatura en Comercio Internacional dicha estrategia formativa es importante porque coadyuva a la formación integral de los estudiantes, al reforzar y consolidar conocimientos, habilidades y valores aprendidos hasta esa etapa de la carrera, dada la vinculación con sectores sociales vulnerables. De igual modo fortalece y retroalimenta al plan de estudios de la propia licenciatura.

3. COMPETENCIAS DE EGRESO QUE SE FAVORECERÁN POR MEDIO DEL SERVICIO SOCIAL

Dependiendo la elección del área, en donde el estudiante decida realizar su servicio social, las competencias que se favorecerán podrían ser la siguientes:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales

internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística. Y
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA MOVILIZACIÓN Y EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

Las estrategias de acompañamiento elegidas son fundamentales para favorecer la movilización y el desarrollo de las competencias del perfil de egreso del programa de estudios. Son orientativas y de seguimiento para la acreditación del Servicio Social, dichas estrategias son las siguientes:

- Pláticas informativas de sensibilización sobre el servicio social y el proceso de acreditación del mismo.
- Pláticas informativas sobre los programas aceptados para servicio social.
- Supervisión de las actividades de servicio social.

5. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Para la acreditación del servicio social, es necesario que el estudiante cumpla con los siguientes requisitos:

- Realizar 480 horas comprobables de servicio social en Unidad receptora.
- Participación en las pláticas informativas y de sensibilización.
- Participación en las actividades de la Feria de Servicio Social.
- Participación responsable en el proceso de pre asignación y asignación.
- Entrega de reportes sobre su desempeño en el proyecto.
- Entrega de copia del informe final con firma y sello del responsable.
- Carta de liberación de servicio social.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Mercadotecnia Internacional

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Mercadotecnia Internacional				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Octavo semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas no presenciales	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Mercadotecnia.				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura "Mercadotecnia internacional" tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de un plan estratégico de mercadotecnia internacional que considere las características del producto o servicio a comercializar, así como las características del mercado internacional al que se desea dirigir el producto, aplicando y adaptando las cuatro variables de la mezcla de mercadotecnia.

Esto facilitará al estudiante la realización eficiente de planes estratégicos de comercialización internacional de bienes en los mercados de interés.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura «Mercadotecnia Internacional se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las empresas, Promoción en Mercados Internacionales, Mercadotecnia, Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación y Mercados Internacionales; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla proyectos estratégicos fundamentados en la teoría mercadológica que fomenten o mejoren la comercialización de productos o servicios en mercados internacionales en el marco económico global.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 15. Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable. 20. Valora la diversidad y multiculturalidad en su quehacer cotidiano, bajo los criterios de la ética.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Diferencia de forma clara en el contexto de los negocios internacionales los conceptos de mercadotecnia internacional, mercadotecnia de exportación, mercadotecnia multinacional y mercadotecnia global. 2. Aplica de forma congruente el proceso de investigación de mercados para un proyecto de comercialización internacional. 3. Interpreta de forma coherente las diferentes estrategias empresariales en el proceso de internacionalización. 4. Desarrolla de forma congruente y ordenada un plan de mercadotecnia internacional para la comercialización de productos en mercados extranjeros.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Conceptos de mercadotecnia: internacional, de exportación, multinacional y global.
- Entorno de la mercadotecnia internacional
- Investigación internacional de mercados
- Estrategia empresarial internacional
- Estrategias de mercadotecnia internacional

- Plan de mercadotecnia internacional

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Estudio de casos
Aprendizaje orientado a proyectos
Aprendizaje cooperativo
Investigación documental

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 80%	Elaboración de reportes Resolución de casos Investigación documental
Evaluación de producto 20%	Desarrollo de proyecto. Entrega de un plan de mercadotecnia internacional en el que se desarrolle una estrategia de mezcla de mercadotecnia para un mercado internacional considerando características el producto o servicio, características del mercado meta y el presupuesto para la implementación de la propuesta.

9. REFERENCIAS

Básica:
Lee Kim, H., Marketing Internacional: Teoría y 50 Casos. México. Ed. Cengage Learning.
Cateora, P., Gilly, M., Graham, J. (2010). Marketing Internacional (3ra. Ed.). México. Ed. McGraw Hill.
Lerma Kirchner, A. y Marquez Castro, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional (4ta Ed.). México. Ed. Cengage Learning.
Czinkota, M. y Ronkainen, I. (2013). Marketing Internacional (10ma. Ed.). México. Ed. Cengage Learning.

Complementaria:
Keegan, W. y Green, M. (2015). Global Marketing (8va. Ed.) E.U.A. Editorial Pearson.
Vela Manzanilla, R. (2009). Mercadotecnia: Conceptos y Definiciones. México Ed. Cepsa.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Mercadotecnia y negocios internacionales o Licenciado en Economía.
Mínimo tres años de experiencia profesional.

Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Seminario de Investigación

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Seminario de Investigación				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Octavo Semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas de estudio independientes	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Ninguno				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional con el procedimiento metodológico y el espacio necesario para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la problemática del comercio de bienes y servicios en los ámbitos estatal, nacional e internacional con un enfoque científico, integrador, participativo y de responsabilidad social.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de producir trabajos de investigación científicos mediante la metodología disponible para su generación y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura se relaciona principalmente con las asignaturas que conforman el plan de estudios de: Promoción en mercados internacionales, Marco legal ecológico internacional, Medios de defensa aduanera, Mercadotecnia internacional, Seminario de Investigación II y Diseño y evaluación de proyectos de exportación (aunque por sus características tiene relación con la gran mayoría de las demás asignaturas de la currícula); ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de

competencia: estrategias comerciales.

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística. Y
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Elabora protocolos de investigación basados en la metodología científica que respondan a la problemática del comercio internacional de la región con criterios de viabilidad, eficacia, eficiencia y sustento teórico-metodológico.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1- Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 5- Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 8- Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.

Específicas	1. Distingue las características y el procedimiento de realización de la investigación científica en comercio internacional de acuerdo al marco teórico-referencial de este proceso. 2. Diseña el plan de trabajo de su proyecto de investigación en comercio internacional a nivel regional de acuerdo al marco de referencia de la investigación científica. 3. Produce con fluidez el reporte técnico parcial de su trabajo de investigación sobre la problemática en comercio internacional en la región de acuerdo a los principios metodológicos de la investigación científica.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Ciencia y método científico
- La investigación científica y la problemática económica del país
- La metodología de la investigación científica
- Técnicas e instrumentos de la investigación
- La construcción de la propuesta de investigación científica

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Uso de organizadores gráficos
Resolución de ejercicios
Aprendizaje mediado por las TIC
Investigación documental
Proyecto de investigación

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Portafolio de evidencias Entrevistas presenciales Entrevistas virtuales Investigación documental
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un reporte técnico parcial

9. REFERENCIAS

Básicas

Hernández Sampieri, Roberto. (2014). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
Ortiz, Frida y García, M. (2015). Metodología de la investigación. México. Limusa.
Rojas Soriano, Raúl. (2010). El proceso de la investigación científica. México. Trillas.

Complementarias
Castañeda J. et. al. (2005) Metodología de la investigación. McGraw Hill. México.
Martínez Ruíz, Héctor. (2010). Metodología de la investigación. México. Cengage Learning Editores.
Pardinas, Felipe. (2008). Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. México. Siglo XXI.
Tamayo Tamayo, Mario. (2014). El proceso de la investigación científica. México. Limusa- Noriega.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Economía o Licenciado en Comercio Internacional con experiencia en la investigación científica.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Taller de Inglés para Negocios

Tipo de asignatura
Obligatoria
Modalidad de la asignatura
Mixta

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Taller de Inglés para Negocios				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Octavo semestre				
e.- Duración total en horas	96	Horas presenciales	48	Horas no presenciales	48
f.- Créditos	6				
g.- Requisitos académicos previos	Acreditar el nivel B1 del programa institucional de inglés				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura Taller de Inglés para Negocios tiene como propósito aportar a los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional los elementos fundamentales para la realización de presentaciones de negocios en el idioma inglés, considerando términos comúnmente utilizados en los negocios y en el comercio internacional.

Esto facilitará al estudiante la realización eficiente de presentaciones empleando términos técnicos utilizados en los negocios y el comercio internacional.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura Taller de Inglés para Negocios se relaciona con las asignaturas: Estrategias para la internacionalización de las empresas, Mercadotecnia, Promoción en Mercados Internacionales, Mercadotecnia Internacional, Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación y Mercados Internacionales; ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias de egreso:

- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables.
- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Comunica eficazmente planteamientos e ideas, utilizando el idioma inglés y las TIC´s, en un ambiente internacional de negocios.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICASA LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	2. Se comunica en inglés de manera oral y escrita, en la interacción con otros de forma adecuada. 3. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 11. Trabaja con otros en ambientes multi, inter y transdisciplinarios de manera cooperativa. 13. Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad. 16. Pone de manifiesto su compromiso con la calidad y la mejora continua en su práctica profesional y en su vida personal de manera responsable.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Identifica de forma clara los términos y conceptos en idioma inglés utilizados en los negocios internacionales. 2. Comunica eficientemente de forma verbal y escrita, en el idioma inglés, sus ideas en situaciones de negocios internacionales.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Términos empresariales
- Términos comerciales
- Correspondencia de negocios
- Reuniones de negocios
- Negociaciones
- Presentaciones

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Estudio de casos
Aprendizaje autónomo y reflexivo

Aprendizaje orientado a proyectos
Juego de Roles

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Elaboración de reportes Entrevistas Resolución de casos
Evaluación de producto 30%	Desarrollo de proyecto. Presentación en idioma inglés de un resumen ejecutivo de negocio (diagnóstico, plan estratégico, plan de exportación) y entrega de reporte escrito en idioma inglés.

9. REFERENCIAS

Básica:
Belcher, D. (Edit.) (2012). English for specific purposes in theory and practice. E.U.A. Edit. University of Michigan.
Vince, M. (2009) Advanced Language Practice: English grammar and vocabulary. Oxford. Edit. Macmillan Childrens Books.

Complementaria:
Ablanedo Alberdi, J. (2004). Business English. El Inglés Comercial Hecho Fácil. España. Editorial Ideas Propias.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Enseñanza del Idioma Inglés o Licenciado en Comercio Internacional, Mercadotecnia y Negocios Internacionales con certificación de enseñanza del idioma inglés.
Mínimo tres años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Diseño y evaluación de Proyectos de exportación				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Noveno Semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas de estudio independientes	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Mercadotecnia internacional				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional del procedimiento y el herramental necesario que le permitan diseñar y evaluar LA viabilidad de proyectos de exportación para actuar en situaciones de investigación, desarrollo o remediales en su desempeño profesional con un enfoque integrador, participativo y de responsabilidad social.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de desarrollar proyectos orientados a la exportación de productos en los mercados internacionales y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

Se relaciona principalmente con las asignaturas del plan de estudios de: Mercadotecnia internacional, Seminario de investigación, Seminario de Investigación II y Prácticas profesionales ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los

regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional. Y

- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla de manera congruente proyectos de exportación basados en los elementos teóricos metodológicos que, a través de la identificación de oportunidades de negocio, permitan comercializar de manera eficiente productos en los mercados internacionales.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1. Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 5. Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 8. Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 9. Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente. 10. Formula, gestiona y evalúa proyectos en su ejercicio profesional y personal, considerando los criterios del desarrollo sostenible. 12. Resuelve problemas en contextos locales, nacionales e internacionales, de manera profesional.
Disciplinares	2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Distingue de forma clara las características y el procedimiento de realización de proyectos de exportación en las empresas dedicadas al comercio internacional. 2. Aplica de forma coherente el método de la investigación de mercados, del estudio técnico y del estudio económico en las organizaciones dedicadas a la comercialización de productos o servicios de exportación en los mercados internacionales. 3. Produce con fluidez el reporte técnico final de su propuesta de exportación para empresas dedicadas al comercio internacional de acuerdo a los principios teórico-prácticos de la evaluación de

	proyectos.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Estudio de proyectos
- Preparación y evaluación de proyectos.
- Análisis de la empresa y el Producto.
- El estudio de mercado y selección del país meta.
- El estudio técnico.
- El estudio económico
- Evaluación económica del proyecto

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje cooperativo
Resolución de problemas y ejercicios
Aprendizaje mediado por TIC
Aprendizaje orientado a proyectos

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Pruebas de desempeño Resolución de casos Entrevistas presenciales Resolución de situaciones problema
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un proyecto de exportación.

9. REFERENCIAS

Básicas
Baca Urbina, G. (2014). *Evaluación de Proyectos* (7ª ed.). México: McGraw Hill.
Coss, Raúl. (2015). Análisis y evaluación de proyectos de inversión. México. Limusa.
Sapag Chain, N. (2014). Preparación y Evaluación de Proyectos (5ta ed.). México. McGraw Hill.
Pacheco Coello, C.E. y Pérez Brito, G. J. (2014). El proyecto de inversión como estrategia gerencial. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos.

Complementarias
Hernández Hernández, A., Hernández Villalobos, A. y Hernández Suárez, A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos de inversión (5ª ed.). México: Thomson.

Hernández Ruiz, E. A. (2013). Evaluación de proyectos y valuación de empresas. México: Trillas.
FONEP. (1983). Guía para la presentación de proyectos. México. Talleres Gráficos de la Nación.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciado en Comercio Internacional, Licenciado en Mercadotecnia y Negocios Internacionales o Licenciado en Economía o con experiencia en el diseño y evaluación de proyectos de exportación.
Mínimo dos años de experiencia profesional.
Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Seminario de Investigación II

Tipo de asignatura
(obligatoria)
Modalidad de la asignatura
(Mixta)

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre	Seminario de Investigación II				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Mixta				
d.- Ubicación sugerida	Noveno semestre				
e.- Duración total en horas	112	Horas presenciales	56	Horas de estudio independientes	56
f.- Créditos	7				
g.- Requisitos académicos previos	Haber acreditado la asignatura Seminario de Investigación				

2. INTENCIONALIDAD FORMATIVA DE LA ASIGNATURA

La asignatura tiene como propósito proveer al estudiante de la Licenciatura en Comercio Internacional con el espacio para desarrollar proyectos de investigación relacionados con la problemática del comercio de bienes y servicios en los ámbitos estatal, nacional e internacional con un enfoque científico, integrador, participativo y de responsabilidad social.

Esto brindará al estudiante la posibilidad de generar trabajos de investigación científica a través del herramental metodológico disponible para su desarrollo y de contar con los espacios prácticos y reflexivos para integrar sus competencias de egreso en escenarios reales.

3. RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS

La asignatura se relaciona principalmente con las asignaturas que conforman el plan de estudios de: Mercadotecnia internacional, Seminario de Investigación y Diseño y evaluación de proyectos de exportación (aunque por sus características tiene relación con la gran mayoría de las demás asignaturas de la currícula); ya que contribuye al desarrollo de las siguientes competencias:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.

- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística. Y
- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

Desarrolla proyectos de investigación sobre comercio internacional, en el ámbito público o privado, de forma ética, responsable y con rigor científico e informático, promoviendo el desarrollo económico sustentable de la región.

5. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Genéricas	1- Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal, utilizando correctamente el idioma. 4. Usa las TIC en sus intervenciones profesionales y en su vida personal de manera pertinente y responsable. 5. 5- Utiliza habilidades de investigación, en sus intervenciones profesionales con rigor científico. 6. 6. Aplica los conocimientos en sus intervenciones profesionales y en su vida personal con pertinencia. 7. 8- Desarrolla su pensamiento en intervenciones profesionales y personales, de manera crítica, reflexiva y creativa. 8. 14. Manifiesta comportamientos profesionales y personales, en los ámbitos en los que se desenvuelve, de manera transparente y ética.
Disciplinares	1. Analiza problemas socioeconómicos en comunidades y organizaciones con base a perspectivas teóricas y metodologías propias de las ciencias sociales 2. Desarrolla planes y proyectos en comunidades y organizaciones respetando los valores culturales de los actores involucrados y la sustentabilidad.
Específicas	1. Desarrolla el plan de trabajo de su proyecto de investigación en comercio internacional, en el ámbito público o privado, de acuerdo al marco de referencia de la investigación científica.

	2. Produce con fluidez el reporte técnico final de su proyecto de investigación en comercio internacional, en el ámbito público o privado, de acuerdo a los principios metodológicos de la investigación científica.

6. CONTENIDOS ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DE LA ASIGNATURA

- Revisión del reporte parcial del proyecto de investigación
- Desarrollo de las etapas finales del proceso de investigación
- La redacción y estructura final del trabajo de tesis
- La presentación de los resultados de la investigación científica.

7. ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

Aprendizaje basado en evidencias
Aprendizaje mediado por las TIC
Investigación documental
Proyecto de investigación

8. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

Evaluación de proceso 70%	Portafolio de evidencias Entrevistas Investigación documental Desarrollo de proyectos
Evaluación de producto 30%	Elaboración de un reporte técnico final

9. REFERENCIAS

Básicas
Hernández Sampieri, Roberto. (2014). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
Ortiz, Frida y García, M. (2015). Metodología de la investigación. México. Limusa.

Complementarias
Castañeda J. et. al. (2005). Metodología de la investigación. México. McGraw Hill.
Martínez Ruíz, Héctor. (2010). Metodología de la investigación. México. Cengage Learning Editores.
Tamayo Tamayo, Mario. (2014). El proceso de la investigación científica. México. Limusa- Noriega.

10. PERFIL DESEABLE DEL PROFESOR

Licenciatura en Economía, Comercio Internacional o similares con experiencia en la investigación científica.
Mínimo dos años de experiencia profesional. Mínimo un año de experiencia docente.
Es necesario que el profesor posea todas las competencias que se declaran en la asignatura que va a impartir.

LICENCIATURA EN COMERCIO INTERNACIONAL

Prácticas Profesionales

Tipo de asignatura:
Obligatoria
Modalidad de la asignatura:
Presencial

1. DATOS GENERALES DE IDENTIFICACIÓN

a.- Nombre de la asignatura	Prácticas Profesionales				
b.- Tipo	Obligatoria				
c.- Modalidad	Presencial				
d.- Ubicación	Octavo semestre				
e.- Duración total en horas	480	Horas presenciales	480	Horas no presenciales	0
f.- Créditos	12				
g.- Requisitos académicos previos	Por lo menos el 80% de los créditos de la malla curricular.				

2. JUSTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL DENTRO DEL PE

La asignatura Práctica Profesional permite al estudiante aplicar los conocimientos, habilidades y saberes adquiridos en los cursos teóricos y técnico-prácticos de la licenciatura, mediante la elaboración y ejecución de un programa de prácticas profesionales que le permitirá consolidar competencias a través de su inserción en escenarios reales como instituciones, organizaciones o comunidades.

3. COMPETENCIAS DE EGRESO QUE SE FAVORECERÁN CON LA PRÁCTICA

Dependiendo de la elección del área estudiante sobre el área de competencia en donde desea realizar la práctica profesional, la asignatura contribuye a las siguientes competencias de egreso:

- Analiza los factores económicos, sociales, culturales y políticos relacionados con el funcionamiento dinámico y estático del comercio internacional en un contexto de economía competitiva y globalizada para promover el desarrollo de relaciones comerciales internacionales en ambientes multiculturales; del área de competencia: análisis económico.
- Desarrolla estrategias comerciales fundadas en estudios de mercado en un contexto internacional con el propósito de colocar eficientemente productos y servicios en estos mercados estableciendo negocios internacionales equilibrados y sustentables; del área de competencia: estrategias comerciales.
- Aplica la Legislación que regula el comercio internacional según los tratados comerciales, los regímenes, procedimientos aduaneros y los aranceles durante el proceso de importaciones y exportaciones de bienes y servicios; del área de competencia: legislación del comercio internacional.
- Diseña de manera eficiente y responsable estrategias logísticas en las organizaciones, basadas en la accesibilidad, exigencias y requerimientos técnicos y de sustentabilidad del mercado internacional; del área de competencia: estrategias de logística. Y

- Desarrolla proyectos de análisis del comercio internacional de forma ética, responsable y con rigor científico en el ámbito público y privado para promover el desarrollo económico sustentable de la región aprovechando las oportunidades que brinda el modelo de desarrollo globalizador; del área de competencia: investigación.

4. COMPETENCIAS GENÉRICAS, DISCIPLINARES Y ESPECÍFICAS QUE SE PROMOVERÁN CON LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Las competencias genéricas que se promoverán en la asignatura, son las siguientes:

- Se comunica en español en forma oral y escrita en sus intervenciones profesionales y en su vida personal utilizando correctamente el idioma.
- Interviene con iniciativa y espíritu emprendedor en su ejercicio profesional y personal de forma autónoma y permanente.
- Responde a nuevas situaciones en su práctica profesional y en su vida personal, en contextos locales, nacionales e internacionales, con flexibilidad.
- Toma decisiones en su práctica profesional y personal, de manera responsable.
- Trabaja bajo presión de manera eficaz y eficientemente.
- Promueve el desarrollo sostenible en la sociedad participando activamente.

Las competencias disciplinares y específicas que se promoverán con la práctica profesional en esta asignatura dependerá de las actividades que realice en la instancia receptora.

5. ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DE LOS ESCENARIOS REALES DE APRENDIZAJE

- Invitación de la Facultad a organizaciones, instituciones o comunidades que requieran del perfil de un Licenciado en Comercio Internacional.
- Visita del alumno a la organización de su interés.
- Aceptación de la Institución u Organización receptora del alumno interesado. La Institución u organización receptora deberá explicarle al estudiante las necesidades de la Institución u Organización y acordar con los estudiantes la función que se debe desarrollar.
- La instancia incorporará al alumno para el desarrollo de un proyecto o programa de práctica profesional.
- Firma de Acuerdo de colaboración entre el la Institución u Organización receptora y la Facultad de Economía.

6. ESTRATEGIAS DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA MOVILIZACIÓN Y EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS

- Impartición de un taller de inducción al Programa de Práctica Profesional.
- Asignación de un tutor de Prácticas Profesionales acorde al programa de prácticas a desarrollar.
- Supervisión y asesoría para la formulación de un programa de prácticas profesionales.

- Asesoría de las actividades desarrolladas por el alumno al menos en tres ocasiones durante el semestre.

7. ESTRATEGIAS GENERALES DE EVALUACIÓN

- Elaboración de programa de actividades
- Elaboración de una bitácora
- Entrega de dos informes técnicos parciales
- Entrega de un informe técnico final
- Entrega de evaluación del alumno por la Institución u Organización receptora
- Entrega de carta de liberación de Prácticas Profesionales

11. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional se someterá periódicamente a una evaluación interna y otra externa a fin de tener un acompañamiento constante durante su desarrollo, y así obtener elementos para tomar decisiones sobre las mejoras necesarias durante y después de la experiencia de su operación.

11.1 Herramientas internas

El plan de estudios de la Licenciatura en Comercio Internacional será sometido a evaluación curricular al egresar la primera generación de estudiantes. Las estrategias a utilizar para los fines serán: valoración y retroalimentación del programa educativo por parte de la academia de profesores; resultados de seguimientos de egresados; encuestas a empleadores; consultas a expertos; análisis del contexto social; referentes nacionales e internacionales; así como los resultados y las recomendaciones emitidas por el CONACE, no debiendo ser anteriores a cinco años. Asimismo, serán elementos importantes a considerar: retención, índices de reprobación, rezago y eficiencia terminal; así como la revisión de las trayectorias escolares de los estudiantes y sus índices de satisfacción en relación al plan de estudios y las instalaciones de la dependencia.

La evaluación curricular estará a cargo del grupo diseñador del plan de estudios formado por profesores comisionados por la dirección de la dependencia. El grupo será un órgano de apoyo a la Secretaría Académica y tendrá como orientador en el proceso al gestor académico.

Los programas de estudios serán sometidos a evaluación después de su utilización, al finalizar el año escolar en curso. Lo anterior se realizará por parte de la academia de profesores y el gestor académico, a fin de valorar la congruencia entre la competencia de la asignatura, de los contenidos, las actividades realizadas, las estrategias de evaluación implementadas, y las referencias utilizadas. Asimismo, será de importancia para este procedimiento tomar en cuenta la evaluación docente de las asignaturas, para que el profesor mejore la planeación didáctica de su docencia.

11.2 Herramientas externas

Para evaluar el plan de estudios se tomarán en consideración los resultados de evaluaciones por organismos acreditadores, u otro organismo similar, externo a la Universidad, de reconocido prestigio a nivel nacional. También serán tomados en consideración los resultados del Examen General de Egreso de la Licenciatura en Comercio y Negocios Internacionales.

12. FUNCIÓN ACADÉMICO ADMINISTRATIVA

12.1 Servicio social

El servicio social será de carácter obligatorio, contribuirá al desarrollo de las competencias de egreso del estudiante, le permitirá desempeñarse en un contexto profesional real y retribuir a la sociedad la educación recibida.

El alumno podrá realizar su servicio social cuando haya cubierto por lo menos 70% del Plan de Estudio (252 créditos), debiendo cumplir 480 horas equivalentes a 12 créditos durante un período mínimo de 6 meses o máximo de 2 años.

El alumno sólo podrá realizar su servicio social en los programas registrados y aprobados por el programa institucional de servicio social.

Los prestadores de servicio social tendrán asignado un supervisor académico quien se encargará de asesorar y vigilar al estudiante durante la prestación del mismo en la unidad receptora.

12.2 Prácticas profesionales

La práctica profesional se favorece a través de la asignatura obligatoria Prácticas Profesionales, la cual permitirá al estudiante movilizar competencias adquiridas en los cursos teóricos y teórico-prácticos de la licenciatura, mediante su inserción en instituciones, organizaciones o comunidades. La asignatura es relevante y pertinente porque contribuye al desarrollo de las competencias de egreso y facilita la inserción laboral del estudiante. El programa de Prácticas Profesionales tendrá una duración de 480 horas con valor de 12 créditos.

Para inscribirse a la asignatura de Prácticas Profesionales será necesario cubrir por lo menos el 80% (288) de créditos del Plan de Estudios. La asignatura de Prácticas Profesionales se cursa hasta los últimos dos semestres, porque es cuando el alumno ya posee la base de las competencias de las cinco áreas de competencias de egreso (Análisis Económico, Estrategias Comerciales, Legislación del Comercio Internacional, Estrategias de Logística e Investigación).

12.3 Acreditación de inglés

Los estudiantes de Comercio internacional deberán comprobar un nivel específico de dominio del idioma inglés. En este sentido, la Universidad adquiere el compromiso de promover en el estudiantado el dominio de inglés como segundo idioma, con el propósito de fortalecer su movilidad, acceso a la información y la inserción laboral. Este compromiso se hace presente por medio del Programa Institucional de Ingles (PII), cuya intención es proporcionar al estudiantado un firme cimiento en el uso general y académico del inglés, además de las habilidades que le permitan continuar el aprendizaje del idioma en forma independiente.

El estudiante deberá comprobar tener un nivel B1 de dominio del idioma ingles al concluir el sexto semestre o, en su caso, su equivalente en créditos (252 créditos) denominándose como nivel B1 aquel correspondiente al establecido en el Marco de Referencia Europeo, promovido por el

Programa Institucional de Ingles (PII) de la propia Universidad Autónoma de Yucatán; en caso contrario no podrá inscribirse a asignatura alguna hasta acreditar el nivel de dominio del idioma inglés.

12.4 Movilidad estudiantil

Los estudiantes de la Licenciatura en Comercio Internacional podrán cursar y acreditar hasta el 50% del Plan de Estudios en movilidad interna y externa. La movilidad interna hace referencia a la que el estudiante realiza fuera de la Facultad, pero en el interior de la UADY (entre los campus). La movilidad externa se refiere al tránsito o movimiento de los estudiantes para cursar una o más asignaturas en otra institución, nacional o extranjera, diferente a la de su adscripción, pero con el mismo nivel de calidad y reconocimiento. La movilidad podrá realizarse en el semestre que el estudiante lo decida, exceptuando por cuestiones administrativas el primer semestre de la malla curricular ideal.

Para participar en un programa de movilidad estudiantil, los estudiantes deberán solicitarlo a la Secretaría Académica de la Facultad, que será el conducto para llevar a cabo el proceso de acuerdo con lo establecido por las instituciones receptoras, en sus convocatorias. Cualquier estudio realizado o crédito cubierto en una institución o dependencia fuera de esta Facultad podrá ser acreditado dentro de este Plan de Estudios a través de un procedimiento de "reconocimiento de equivalencia"; este será realizado bajo la responsabilidad y evaluación de la Secretaría Académica.

12.5 Acreditación de asignaturas

La acreditación es la validación que garantiza que el estudiante ha alcanzado las competencias de las asignaturas en un nivel de dominio. El nivel de dominio se define como los atributos o características que describen el grado en que el estudiante ha desarrollado determinadas competencias de asignatura. Para fines de promoción de un estudiante, el nivel de dominio se representa de manera cuantitativa y cualitativa y debe registrarse en un documento validado por la institución. Los niveles de dominio los define el profesor, según sea la naturaleza de la asignatura en su planeación didáctica, ya que tiene que describir los atributos o características que se espera del estudiantado en cada uno de los niveles.

La representación cuantitativa del nivel de dominio se establece con un puntaje de 0 a 100 y éste se categoriza en Sobresaliente, Satisfactorio, Suficiente y No acreditado. Como puede observarse en la siguiente tabla:

Niveles de dominio	
Puntaje	**Categoría**
90 -100	Sobresaliente
80 -89	Satisfactorio
70- 79	Suficiente
0 -69	No acreditado

Para acreditar la asignatura el estudiante debe obtener 70 puntos o más, y su nivel de dominio dependerá del puntaje obtenido: Suficiente, Satisfactorio o Sobresaliente.

El estudiantado tendrá cuatro oportunidades para acreditar una asignatura: dos cursándola de manera regular y dos con el acompañamiento de un profesor. La primera oportunidad la cursará de manera regular. Si no acredita la asignatura, el estudiante elegirá de qué manera desea acreditarla, así como el orden que irá utilizando sus tres oportunidades restantes hasta agotarlas. Pudiendo ser cualquiera de las siguientes combinaciones: recursamiento – acompañamiento - acompañamiento; acompañamiento – recursamiento - acompañamiento; y acompañamiento – acompañamiento - recursamiento.

Con la finalidad de ampliar las posibilidades de que el estudiante acredite la asignatura en un número menor de intentos y evitar su rezago escolar, la administración de la Facultad de Economía se reserva el derecho a validar la elección del estudiante en relación al orden de sus oportunidades de acuerdo a las características de la asignatura no acreditada y considerando el nivel de avance del estudiante en el dominio de la competencia.

En el acompañamiento se promueve el estudio independiente del estudiante, la responsabilidad del profesor consiste en aclarar dudas, guiarlo hacia el desarrollo de competencias de la asignatura y evaluar el nivel de dominio de dichas competencias. La Facultad podrá asignar a los profesores para el acompañamiento, pudiendo no ser los mismos que en una primera ocasión con el estudiante impartieron la asignatura.

En caso de que el estudiante no acredite la asignatura en ninguna de las cuatro oportunidades, será dado de baja del programa educativo.

12.6 Requisitos de ingreso

Los que la convocatoria de ingreso a nivel superior aprobada por el H. Consejo Universitario establezcan y aquellos que la dependencia disponga previa difusión.

12.7 Permanencia

- El plan de estudios permite la baja temporal de los estudiantes, misma que se considerará cuanto éstos no se reinscriban a un período escolar. El estudiante podrá reanudar sus estudios en cualquier periodo.
- El tiempo máximo para la obtención del total de créditos será de 7 años (14 semestres).
- El mínimo de créditos en un ciclo anual al que pueden escribirse los estudiantes es de 54 créditos y el máximo de 101 créditos, considerando las cargas máximas de créditos en los tres periodos escolares (semestre Enero-Junio, Período de verano y semestre Agosto-Diciembre)
- El máximo de créditos al que puede inscribirse un estudiante en un semestre es de 43 créditos.
- El máximo de créditos al que puede inscribirse un estudiante en el período de verano es de 15 créditos.
- Los estudiantes que no acrediten una asignatura obligatoria en su primera oportunidad, podrán hacerlo hasta en tres oportunidades más, sea un recursamiento o dos acompañamientos únicamente. Siempre y cuando cumplan los requisitos que se

estipula en el apartado de acreditación. En caso de no acreditar la asignatura después de estas ocasiones, el estudiante será dado de baja definitiva del programa.
- Los estudiantes que no acrediten las asignaturas optativas y libres no tendrán que cursar la misma asignatura una segunda vez.
- Para poder inscribirse a séptimo semestre o su equivalente en créditos (252), el estudiante deberá acreditar el requisito de idioma inglés.

12.8 Titulación

Para obtener el Título de Licenciatura en Comercio Internacional el estudiante podrá elegir cualquiera de las siguientes opciones:

1. Aprobar el total de los créditos del plan de estudios y obtener desempeño satisfactorio, por los menos, en 50% las áreas que conforman el Examen General de Egreso de la Licenciatura del área de Comercio y Negocios Internacionales (EGEL-CNI).

2. Aprobar el total de los créditos de su plan de estudios y presentar una tesis, misma que deberá elaborarse durante el proceso de formación y no al finalizar el plan de estudios, por lo que el programa educativo contempla asignaturas de investigación que le permitan el desarrollo de su tesis. Cabe señalar que, en esta opción, el estudiante puede elegir además la presentación del EGEL.

12.9 Plan de liquidación del plan de estudios 2005

El plan de liquidación para los estudiantes que actualmente cursan el Plan de Estudios aprobado en 2005, se efectuará de acuerdo a las siguientes estrategias:

- Para aquellos alumnos que ingresaron con el plan de estudios 2005, no habrá modificación alguna en su régimen académico-administrativo y permanecerán bajo las condiciones del Plan de Estudios 2005 hasta su egreso.

- En el caso de los alumnos que ingresaron al Plan de Estudios 2005 y por baja temporal no han concluido en tiempo y forma, podrán permanecer en éste hasta el egreso de la última generación, o solicitar la revalidación de estudios para incorporarse al Plan de Estudios 2016.

- Procederá la revalidación de estudios de hasta un 40% de los créditos de las asignaturas obligatorias, del 80% de los créditos de los cursos optativos y del 100% de los créditos de las asignaturas libres obtenidos, tanto fuera como dentro de la Facultad, siempre y cuando sean considerados como tales por el Plan de Estudios 2016.

Para los estudiantes a los que se les aplique o soliciten la revalidación de estudios, el reconocimiento se realizará con base en la Tabla de equivalencias, y las condiciones de promoción y permanencia quedarán sujetas a las establecidas en el Plan de Estudios 2016 (oportunidades para acreditar una asignatura, calificación mínima aprobatoria, límite máximo para conclusión de la carrera, etc.), sin que para ello se deje de considerar su fecha de ingreso al PE.

Tabla de equivalencias Asignaturas homologables entre los Planes de Estudio 2006 y 2016	
Plan de Estudios 2005	**Plan de Estudios 2016**
Introducción a los Métodos Cuantitativos	Introducción a los Métodos Cuantitativos
Matemáticas I	Matemáticas Aplicadas al Comercio Internacional
Matemáticas II	
Computación	Tecnologías de la Información Aplicadas a los Negocios
Historia del Pensamiento Económico	Optativa
Introducción a la Teoría Económica	Optativa
Introducción a la Administración	Administración
Historia Económica General	Historia del Comercio Mundial
Geografía Económica de México	Geoeconomía
Historia Económica de México	Evolución del Comercio Internacional de México
Comercio Internacional de México	
Teoría Microeconómica I	Microeconomía Aplicada al Comercio Internacional
Teoría Microeconómica II	
Teoría Macroeconómica I	Macroeconomía Aplicada al Comercio Internacional
Teoría Macroeconómica II	
Investigación de Operaciones	Investigación de Operaciones
Antropología y Globalización	Cultura y Globalización
Teoría de la Comunicación	Comunicación Intercultural
Contabilidad	Principios de Contabilidad
Estadística	Estadística Aplicada a los Negocios
Administración de Recursos Humanos	Cultura Organizacional y Liderazgo
Economía y Estado	Optativa
Derecho Mercantil	Derecho Mercantil
Inteligencia Comercial I	Inteligencia Comercial
Inteligencia Comercial II	
Aduanas	Aduanas y Derecho Aduanero
Planeación Estratégica	Estrategias para la Internacionalización de las Empresas
Teoría de las Relaciones Internacionales	Teoría de las Relaciones Internacionales
Régimen Jurídico del Comercio Internacional	Régimen Jurídico del Comercio Exterior de México.
Mercadotecnia	Mercadotecnia
Comercio Internacional	Comercio Internacional
Diseño y Evaluación de Proyectos	Diseño y Evaluación de Proyectos de Exportación
Seminario de Derecho Marítimo y Régimen Internacional	Optativa
Taller de Mercadotecnia Internacional	Mercadotecnia Internacional
Seminario de Titulación	Seminario de Investigación

13. PLAN DE DESARROLLO

13.1 Visión 2020

El Programa Educativo en Comercio Internacional, se ha distinguido por una mejora continua en sus componentes básicos: plan de estudios, planta docente, alumnos, investigación, vinculación, infraestructura, administración, a fin de responder suficientemente a las demandas de la educación superior en México y el mundo.

La comunidad de la Facultad de Economía aspira a consolidarse a 2020 como referente de trabajo responsable y de calidad en el cumplimiento de los fines institucionales.

Los programas de licenciatura está acreditado por el CONACE, es flexibles y pertinentes a las necesidades del desarrollo social y económico del Estado y de la nación, y del desarrollo sustentable global, en los que los estudiantes pueden aprovechar toda la oferta educativa de la Institución para su formación.

Los egresados de la Facultad son ampliamente reconocidos y valorados en los mundos laborales de la sociedad del conocimiento.

13.1.1 Objetivos Estratégicos

Formar profesionales del comercio internacional, a nivel licenciatura y posgrado, altamente competentes a nivel nacional e internacional, con un alto grado de adaptación y creatividad, ampliamente reconocidos en los mundos laborales del conocimiento, conscientes de su responsabilidad social y de participación en el desarrollo sustentable global, y con amplias capacidades para vivir y desarrollarse en un entorno global y multicultural.

Contar con una oferta educativa amplia, diversificada y socialmente pertinente, impartida bajo la modalidad presencial, no presencial y mixta, reconocida por su buena calidad por los esquemas y procedimientos nacionales, y, en su caso, internacionales de evaluación y acreditación.

Poseer un modelo educativo que promueve las prácticas innovadoras en cuanto al proceso de enseñanza–aprendizaje para coadyuvar a la formación integral de los estudiantes bajo un enfoque multicultural, multi, inter y transdisciplinario, de participación social y del desarrollo sustentable local y global.

Contar con una sólida planta académica conformada por académicos de tiempo completo y tiempo parcial en las proporciones adecuadas a la naturaleza de la oferta educativa que se imparte en la Facultad de Economía.

Contar con un programa integral de seguimiento de egresados y de empleadores que permita identificar oportunidades de mejora para el plan de estudios.

Ser una Facultad abierta con responsabilidad y perspectiva global que impulsa y fortalece la cooperación académica nacional e internacional a través de redes internacionales de formación,

investigación, innovación y distribución del conocimiento y en alianzas estratégicas con organizaciones público-privadas.

Desarrollar programas de extensión y vinculación que promuevan el aprendizaje mutuo y colaborativo de los miembros de la comunidad universitaria, coadyuven a la formación integral de los estudiantes, promuevan la colaboración de la Facultad con actores externos en el desarrollo de proyectos sociales de interés para las partes y que fortalezcan la vinculación con los sectores productivos y sociales, a través de servicios científicos y capacitación, asesoría y asistencia técnica, la formulación de estudios que permiten elevar la productividad y capacidad empresas e instituciones, así como mediante la formulación de alianzas estratégicas.

Contar con la infraestructura física funcional, equipamiento, acervos y medios de consulta de información y recursos didácticos adecuados para apoyar las actividades de los académicos, cuerpos académicos, estudiantes y personal administrativo, cuidando responsablemente la dimensión medio ambiental.

Asegurar la calidad de los programas educativos de la Facultad de Economía para su acreditación, mediante la evaluación interna y externa, como una forma de rendición de cuentas a la sociedad, así como para abatir las brechas de competitividad y capacidad académica.

Para ello la consecución de la Visión, demanda para el 2020 de la comunidad universitaria que integra el programa de estudios, un gran esfuerzo y compromiso para trabajar de manera articulada y coherente en todos los ámbitos del quehacer institucional, en el marco de este Plan de Desarrollo y con un objetivo común de gran trascendencia social.

14. REFERENCIAS

ARegional (2013). Indice de Competitividad Sistémica de las Entidades Federativas. Disponible en: http://www.guiaeduca.com.mx/documentos/economia/AREGIONAL-Indice-de-Competitividad-Sistemica-de-las-Ciudades-Mexicanas-2013.pdf.

Centro de Investigaciones para el Desarrollo A. C. (2014). Encuesta de competencias profesionales (2014). ¿Qué buscan –y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes? p. 29. México.

Cisco Systems, Inc., (2009) Preparar a cada alumno para el siglo XXI. Latin American Spanish Version. San José, California. Cisco.

Comisión Nacional Contra las Adicciones y Subsecretaría de Prevención y Promoción de la Salud. (2011). Encuesta Nacional de Adicciones. México. Disponible en: http://www.conadic.salud.gob.mx/pdfs/ENA_2011_DROGAS_ILICITAS_.pdf.

Consejo Nacional de Población (2015). Proyecciones de la Población 2010-2050. México. Disponible en: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones.

Daniels, J. (2004). Negocios internacionales: ambientes y operaciones. México, Pearson Educación.

Díaz Mejía, D. R. et al. (2010). Comercio y negocios internacionales: tendencias de formación en las universidades adscritas a la Red Colombiana de Profesiones Internacionales. Bogotá, Universidad de San Buenaventura.
Recuperado de http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/65760.pdf

Díaz Pérez, (2012). Mercado de trabajo en la economía del conocimiento. Estudios sobre egresados del CUCEA. En Revista de Educación Superior, Vol. XLI (1), núm. 161, enero-marzo. pp. 9-30, p. 27. México.

Facultad de Economía de UADY (2015). Estudio de empleadores e informantes clave 2015. México: FEUADY.
Facultad de Economía de UADY (2015). Estudio de profesionales empleados 2015. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2013). Estudio de seguimiento de egresados 2013. Estudio Institucional. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2014). Estudio de seguimiento de egresados 2014. Estudio Institucional. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2015). Estudio de seguimiento de egresados 2015. Estudio Institucional. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2015). Estudio de seguimiento de egresados 2015. Estudio Complementario. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2015). Estudio socioeconómico y de perspectivas educativas de estudiantes de bachillerato 2015. México: FEUADY.

Facultad de Economía de UADY (2009). Plan de Desarrollo de la Facultad de Economía 2009-2020. México: FEUADY

Federación Mexicana de Jugadores en Riesgo A.C. (2014). Disponible en: http://www.femejuri.com/

Gobierno del Estado de Yucatán (2008). Regionalización del Estado de Yucatán. México. Disponible en: http://www.yucatan.gob.mx/menu/?id=regionalizacion.

González Pérez, C. y Machaen López, L. E. (2015). Seguimiento a egresados de la carrera de Negocios Internacionales del Centro Universitario de Los Altos de la Universidad de Guadalajara, en RICEA. Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración, vol. 4, núm. 7. Recuperado de: http://www.ricea.org.mx/index.php/ricea/article/view/23/70.

Guía para el sustentante del Examen general para el egreso de la licenciatura en Comercio/Negocios Internacionales. (2015). México, CENEVAL.

INEGI (2012) Clasificación mexicana de programas de estudio por campos de formación académica 2011. Educación superior y media superior. pp. 33-34. México.

INEGI (2013). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. México.

INEGI (2011). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. México.

INEGI (2009). Censo económico. México.

INEGI (2014). Perspectiva Estadística: Yucatán. México.

INEGI (2000, 2010 y 2011). XII Censo general de población y vivienda. México.

Instituto mexicano para la competitividad (2008). Competitividad estatal de México. Disponible en: http://imco.org.mx/indices/documentos/2008_ICE_Libro_Aspiraciones_y_realidad_las_agendas_del_futuro.pdf.

Iracheta, A., & Bolio Osés, J. (2011). Programa Integral de Desarrollo Metropolitano de Mérida (PIDEM). Mérida.

Leyva, C., Caro, M., y Alvarado, S. (2010). Situación actual del mercado de los principales rubros de exportación del estado de Yucatán. Revista de Economía. Vol. XXVII. Num. 74. UADY. Disponible en: http://www.revista.economia.uady.mx/2010/XXVII/74/04.pdf

Marum Espinosa, Elia y Rosario Muñoz, Víctor "Tendencias de las profesiones del área económico-administrativa", Perfiles Educativos, 44-58.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2009). Estudios de la OCDE de Innovación Regional, 15 Estados Mexicanos. Disponible en: http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=38821962

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2008). Estudios territoriales de la OCDE: Yucatán, México, México, OCDE-Fundación Plan Estratégico de Mérida, A.C., pp. 245. Disponible en: http://www.oecdbookshop.org/get-it.php?REF=5KZBR9K6TS32&TYPE=browse

Memoria para la solicitud de verificación del título de graduado/a en comercio, Universidad de Vigo.

Servicios de salud de Yucatán (2014). Encuesta estatal de adiciciones Yucatán. Disponible en: http://salud.yucatan.gob.mx/wp-content/uploads/2015/02/ENCUESTA_ESTATAL_DE_ADICCIONES_2014-2015.pdf

Secretaría de Educación Pública (2015). Indicadores Educativos. México. Disponible en: http://www.snie.sep.gob.mx/estadisticas_educativas.html

Sistema de información empresarial (SIEM); recuperado en Octubre 2015. México. Disponible en: http://www.siem.gob.mx/siem/estadisticas/EstadoTamanoPublico.asp?p=1

Torres Figueroa, M. G. y Mendoza Olea, L. D. (2014). Características profesionales del egresado de la Licenciatura en Negocios y Comercio Internacionales de la Universidad de Sonora, Campus Nogales, en Invernus, Vol. 9, num. 1, pp. 37-43. México.

Universidad Autónoma de Yucatán (2012). Plan de Acción para Impulsar el Desarrollo de la Educación Media Superior y Superior en el Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán.

Universidad Autónoma de Yucatán (2013). Plan de Desarrollo Institucional 2014-2022. México: UADY

Universidad Autónoma de Yucatán (2013). Programa Institucional de Habilitación en el MEFI. México: UADY

Witker Velásquez, J. A. (2011). Derecho del comercio internacional. México, UNAM/Asociación de Agentes Aduanales del Aeropuerto de México A.C., pp.

World Bank (2009). Doing Bussiness 2009. Washington, D.C. 2008. Disponible en: http://espanol.doingbusiness.org/~/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/Annual-Reports/Foreign/DB09-FullReport-Spanish.

Páginas web consultadas

http://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2015/09/ICE_Yucatan.pdf
http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/

http://informedegobierno.qroo.gob.mx/cuartoinforme/informe/IVInformedeGobierno.pdf

http://www.sefoe.yucatan.gob.mx/esp/yucatancifras/Yucatan_%20en_%20Cifras_Septiembre_2014.pdf

http://www.sefoe.yucatan.gob.mx/esp/yucatancifras/Inf_economica_I_TRIM_a_Marzo_%202015.pdf

http://www.siem.gob.mx/siem/portal/estadisticas/Est_ExpImp_xEdo.asp

http://www.empleo.gob.mx/es_mx/empleo/tendencias__de_empleo_de_las_carreras_profesi
http://www.carrerasenlinea.mx/universidad-anahuac/licenciatura-en-negocios-internacionales

http://www.ipn.mx/educacionsuperior/Paginas/Lic-Com-Int.aspx

http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/01/15/crece-importancia-mexico-comercio-mundial-guajardo