

UNIVERSIDAD AUTONOMA "GENERAL EMILIANO ZAPATA"

INGENIERIA	Ingeniero Industrial y Logística			
MATERIA	Distribución Internacional			
TETRASEMESTRE	Noveno	CLAVE	LOG-107	SERIACION LOG-102
HTS:	3	HPS:	2	THS: 5
				CREDITOS 7

OBJETIVO DE LA MATERIA El estudiante comprenderá la importancia de incursionar en los mercados internacionales, a través de la aplicación adecuada de canales de distribución y el desarrollo de negociaciones a nivel internacional.

TEMPO ESTIMADO	NOMBRE Y OBJETIVO DE LA UNIDAD	TEMAS Y SUBTEMAS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE	BIBLIOGRAFIA
8 HRS.	1.- Mercadotecnia Internacional El estudiante comprenderá la diferencia entre la mercadotecnia nacional y la internacional	<p>1 Mercadotecnia Internacional.</p> <p>1 Definiciones de mercadotecnia nacional e internacional y global.</p> <p>1.2 Diferencias entre los tipos de mercadotecnia</p> <p>1.3 Funciones de cada tipo de mercadotecnia.</p> <p>1.4 Ciclo de vida de los productos.</p> <p>1.5 Ciclo de vida de los mercados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que reflejen la importancia de los elementos técnicos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y Aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Puntación. 	<p>BÁSICA</p> <p>Negocios Internacionales, Competencia En Un Mercado Global. Hill, Charles, H.L., Mc Graw Hill, Tercera Ed. 2001</p> <p>El Comercio Internacional Y Las Redes De Distribución, Griffin, John P., Ed. Maccehi, 2000</p> <p>3.- Mercadotecnia Internacional, Richard, L. Sandhusen, Cia. Editorial Continental, Primera Edición</p> <p>Philip R., Cartera, John L., Graham, Mc Graw Hill, Eleven Edition</p> <p>4.- Ventaja Competitiva Creación Y Sostentamiento De Un Desempeño Superior. Porter, Michael E.</p>

<p>2. Estrategias para desarrollar negocios internacionales</p> <p>El estudiante analizará las diferentes formas de establecer negocios internacionales</p>	<p>Estrategias Para Desarrollar Negocios Internacionales.</p> <p>2.1 Exportación O Importación Directa Ense Terrens.</p> <p>2.2 Exportación O Importación A Través De Un Representante</p> <p>2.3 Establecimiento De Oficinas Y Bodegas Propias.</p> <p>2.4 Franquicias.</p> <p>2.5 Maquila</p> <p>2.6 Subcontratación.</p> <p>2.7 Licencias Tecnológicas</p> <p>2.8 Alianzas Estratégicas (Joint Venture)</p> <p>2.9 Inversión Extranjera Directa.</p> <p>2.9.1 Internacional.</p> <p>2.9.2 Multinacional.</p> <p>2.9.3 Globalizada</p> <p>2.10 Fuerzas Económicas que presionan hacia la internacionalización</p> <p>2.10.1 Efectos De Escalas Y De Alcance.</p> <p>2.10.2 Diferencias Regionales</p> <p>2.10.3 Riesgos Macroeconómicos</p> <p>2.10.4 Aplicación De Subsidios Cruzados</p> <p>2.10.5 Detección De Oportunidades En Cualquier Mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que reafirmen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintos ámbitos, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula • Examen. • Presentaciones en computadora • Pizarra. 	<p>COMPLEMENTARIA:</p> <p>Mercadoechna Inter Philip R., Cartera, John L., Graham, Mc Graw Hill , Eleven Edition Introducción A Los Negocios Internacionales, Hídalgo, Carlos F., Ed. Limusa , 2001.</p>
<p>3. Canales de distribución internacionales.</p> <p>El estudiante aplicará los diferentes canales de distribución internacionales.</p>	<p>3. Canales de Distribución Internacionales</p> <p>3.1 Definición De Canales De Distribución Internacionales.</p> <p>3.2 Cadenas Tradicionales</p> <p>3.3 Cadenas De Distribución</p> <p>3.4 Relación Precio Producción De Distribución.</p> <p>3.5 Costos De Fabricación Y Comercialización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que reafirmen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación seleccionados como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. 	

<p>4. Tipos de productos El estudiante comprenderá la comercialización y distribución de acuerdo al tipo de productores, nacionales, internacionales y globales.</p>	<p>4 Tipos de productos. 4.1 Productos locales. 4.2 Productos internacionales 4.3 Productos globales. 4.4 Características de los productos 4.4.1 Calidad. 4.4.2 Diseño. 4.4.3 Medidas / dimensiones 4.5 Productos para exportación 4.6 Adaptación del producto para exportación. 4.7 Análisis swot.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora. • Pizarra. <ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que resalten la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación • Selección de los temas como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación. • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo. • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora. • Pizarra. 	
--	---	--	--

<p>5. Métodos de promoción en la exportación de productos. El estudiante analizará las de p diversas formas promocionar productos de exportación.</p>	<p>5.- Métodos de promoción en la exportación de productos: - 5.1 Tipos De Métodos De Promoción Correo Directo, Catálogos , Internet, Misiones Comerciales, Ferias Internacionales. 5.2 Ventajas Y Desventajas De Los Métodos De Promoción. 5.3 Apoyos Financieros Para La Selección Y Aplicación De Métodos De Promoción.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que refuercen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación • Selección de ejercicios como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación . • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula • Examen. • Presentaciones en computadora • Práctica. 	
<p>6. Logística Internacional El estudiante aplicará los diferentes procesos de logística internacional en la venta y distribución de productos de exportación e importación.</p>	<p>6. 1 Definición. 6.2 Antecedente 6.3 Generalidades de la logística internacional 6.4 Composición del sistema logístico. 6.5 Envase y embalaje. 6.6 Etiquetado, y marcado 6.7 Simbología 6.8 Medios de transporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Exposición por parte del profesor • Discusiones facilitadas por el instructor • Trabajo individual o grupal por parte de los estudiantes. • Análisis de casos • Construcción de mapas conceptuales que refuercen la importancia de los elementos teóricos básicos. • Exposición de los temas a través de ejercicios teóricos y de aplicación • Selección de ejercicios como base de aprendizaje • Solución dirigida de ejercicios teóricos y de aplicación . • Solución de ejercicios en forma individual y en equipo 	

			<ul style="list-style-type: none"> • Solución a ejercicios asignados de tarea. • Investigación de conceptos básicos y aplicaciones. • Resolución de ejercicios teóricos y de aplicación a distintas áreas, en forma individual y grupal • Aula. • Trabajo realizado en el aula. • Examen. • Presentaciones en computadora • Pizarra. 	
--	--	--	--	--

RECURSOS DIDÁCTICOS: Pizarra, proyector, lápiz

EVALUACIÓN: Tres evaluaciones (Parcial al finalizar el mes) que equivalen al 25%, cada una, de la evaluaciones; Exámenes Rápidos que equivalen al 10% de la evaluación final y los Trabajos Individual y en Equipo que equivalen al 15% de la evaluación final cada uno.