

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Ciencias Administrativas, Mexicali; Facultad de Contaduría y Administración, Tijuana.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Negocios Internacionales
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Análisis de Mercados Internacionales
- 5. Clave:** 41543
- 6. HC:** 03 **HT:** 00 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 03 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Optativa
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Manuel Alejandro Ibarra Cisneros
Juan Benito Vela Reyna
Robert Efraín Zárate Cornejo
Eric Israel Ríos Nequis

Vo.Bo. de subdirectores de las Unidades Académicas

Adelaida Figueroa Villanueva
Esperanza Manrique Rojas

Fecha: 14 de abril de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Esta unidad de aprendizaje proporciona los elementos para realizar un plan de análisis de la potencialidad de mercado y de inversión en un país a través del análisis sistémico por medio de herramientas económicas, políticas, sociales y legales. Esto le permite al estudiante coadyuvar en la toma de decisiones de los agentes económicos.

La unidad de aprendizaje de Análisis de Mercados Internacionales pertenece a la etapa terminal de carácter optativo, de la carrera de Licenciado en Negocios Internacionales, y pertenece al área de conocimiento de Administración. No cuenta con ningún requisito previo para ser cursada.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Valorar las condiciones del mercado global, mediante la identificación y análisis de cada uno de los factores e indicadores de los entornos económicos, políticos, sociales y legales, para coadyuvar en la toma de decisiones y dimensionar las oportunidades de negocio internacionales, de forma responsable y con ética profesional.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realiza y entrega un plan de análisis de mercados que permita identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mercado global.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Análisis sociodemográfico

Competencia:

Analizar el perfil sociodemográfico de los habitantes de un país, para determinar la disponibilidad, calidad del capital humano y/o potencialidad como consumidor, mediante el estudio de indicadores nacionales e internacionales, con sentido objetivo, actitud crítica e información veraz.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 1.1 Tamaño de la población actual y futuro
- 1.2 Lugar de población a nivel mundial
- 1.3 Estructura por edades y sexo
- 1.4 Población económicamente activa
- 1.5 Tasa de ocupación/empleo
- 1.6 Tasa de desocupación
- 1.7 Nivel educativo por tipos de educación
- 1.8 Porcentaje de población por nivel de educación
- 1.9 Principales profesiones en el país por cantidad de egresados
- 1.10 Distribución de la población en el país: principales ciudades o zonas metropolitanas.
- 1.11 Esperanza de vida
- 1.12 Pobreza y extrema pobreza
- 1.13 Sistema de salud
- 1.14 Sistema educativo.

UNIDAD II. Análisis económico y comercial

Competencia:

Elaborar un análisis del entorno económico y comercial de un país, a través de la búsqueda de datos y uso de herramientas estadísticas, para encontrar las fortalezas y debilidades de la economía, de forma veraz y asertiva.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 2.1 Evolución del Producto interno bruto
- 2.2 Pib per cápita
- 2.3 Evolución de los precios al consumidor
- 2.4 Niveles salariales e ingreso
- 2.5 Desigualdad salarial
- 2.6 Balanza comercial total, por países socios x regiones
- 2.7 Flujos de Inversión extranjera directa x año x sector x país emisor
- 2.8 Tratados internacionales
- 2.9 Principales empresas internacionales en el país (cuanto generan en empleo, ingresos, a que se dedican, etc)
- 2.10 Principales empresas nacionales (cuanto generan en empleo, ingresos, a que se dedican, etc).
- 2.11 Deuda pública y privada
- 2.12 Deuda externa
- 2.13 Nivel de riesgo país
- 2.14 Bolsa de valores, principales índices y comportamiento
- 2.15 Análisis de la moneda y su nivel respecto a otras monedas
- 2.15 Evolución de la tasa de interés del banco central

UNIDAD III. Análisis de los sectores económicos e infraestructura

Competencia:

Evaluar la estructura sectorial de un país, con la finalidad de determinar las áreas propicias para la inversión, mediante la revisión y estudio de informes oficiales y privados nacionales e internacionales, de manera responsable y objetiva.

Contenido:**Duración:** 10 horas

- 3.1 Análisis del sector agropecuario
- 3.2 Análisis del sector industrial
- 3.3 Análisis del sector servicios
- 3.4 Infraestructura portuaria (# puertos, tamaño, capacidad de carga, costos, volumen de movimiento)
- 3.5 Infraestructura carretera (kilómetros de vías, capacidad de carga, costos, empresas)
- 3.6 Infraestructura ferroviaria (kilómetros de vías, capacidad de carga, costos, empresas)
- 3.7 Infraestructura aeroportuaria (# aeropuertos, tamaño, capacidad de carga, costos, volumen de movimiento, principales aerolíneas y conexiones internacionales).
- 3.8 Aduanas (ubicación, aduanas más importantes para el comercio)
- 3.9 Infraestructura eléctrica (costos de la electricidad/gas natural para las empresas, tipos y porcentaje de generación de electricidad diferentes fuentes)

UNIDAD IV. Comparativa internacional del país respecto a otros países

Competencia:

Comparar a nivel internacional el país seleccionado respecto al resto del mundo, mediante el análisis de informes internacionales, con el propósito de determinar el grado de oportunidad existente para hacer negocios, de forma asertiva, sustentable y ética profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 4.1 Ranking de competitividad internacional
- 4.2 Estudio Doing Business
- 4.3 Índice de progreso social
- 4.4 Índice de apertura comercial
- 4.5 Índice de globalización
- 4.6 Índice de desarrollo humano
- 4.7 Pertenencia a organismos internacionales
- 4.8 Indicador de riesgo-país

UNIDAD V. Análisis principales riesgos políticos, sociales, ambientales.

Competencia:

Investigar los principales riesgos políticos, sociales y ambientales que existen en un país, mediante la búsqueda de información en medios oficiales, académicos y periodísticos, con el propósito de conocer los riesgos y amenazas a los que se puede enfrentar una organización y coadyuvar en la toma de decisiones, con objetividad, responsabilidad y ética profesional.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 5.1 Detección de problemas sociales
- 5.2 Situación de la política en el país
- 5.3 Detección de problemas ambientales
- 5.4 Problemas de seguridad/derechos humanos
- 5.5 Amenazas de orden internacional
- 5.6 Rasgos culturales del país

UNIDAD VI. Aspectos legales y de la competencia

Competencia:

Analizar los principales aspectos legales y de competencia existente en un país, para prevenir posibles conflictos empresariales y gubernamentales a través del estudio de las principales normas y leyes, con sentido de ética profesional y objetividad.

Contenido:

- 6.1 Identificación de la competencia
- 6.2 La legislación local y las regulaciones técnicas
- 6.3 Requisitos de certificación
- 6.4 Normas locales que afecten a tus productos presentes o futuros
- 6.5 Responsabilidad del producto
- 6.6 Patentes y marcas

Duración: 6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

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

Estrategia de enseñanza (docente):

- Técnica expositiva
- Presenta ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Resuelve y ejemplifica con casos prácticos
- Supervisa y retroalimenta los avances del plan de análisis de mercados
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa actividades
- Diseña y aplica evaluaciones

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Indaga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega avances del plan de análisis de mercados
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma
- Exposiciones

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

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

Criterios de acreditación

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

Criterios de evaluación

-Evaluaciones parciales.....	40%
-Actividades extraclase.....	10%
-Actividades en clase.....	10%
-Plan de análisis de mercado.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Lerma, A. & Márquez, E. (2020). *Comercio y marketing internacional*. (5ª ed.). Cengage Learning.
- Centro de Comercio Internacional. (2021) Análisis de Mercados. <https://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/>
- Ferrandis, J.R., y Sanz, A. (2014). *Análisis de Mercados Internacionales*. CEF. [clásica]
- Ferrell, M. & Hartline, M. (2017). *Estrategia de Marketing*. (6ª ed.). Cengage Learning.
- Mothersbaugh, D. L., Hawkin, D. I., & Kleiser, S. B. (2019). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill Higher Education.
- Román, E., & Lizarzaburu, J. (2019). *Sílabo del curso Gestión de Negocios Internacionales*. Universidad Nacional de Piura.
- Zingone, L., & Moreno, F. R. (2014). *Estrategias y modalidades de ingreso para competir en mercados internacionales*. Universidad de Alicante. [clásica]

Complementarias

- Alonso, J. A., & Donoso, V. (1998). *Competir en el exterior: la empresa española y los mercados internacionales*. Instituto Español de Comercio Exterior. [clásica]
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill Irwin. [clásica]
- Hill, C. W., & Hernández-Requejo, W. (2008). *Global business today*. McGraw-Hill Irwin. [clásica]
- Johansson, J. K. (2009). *Global marketing: foreign entry, local marketing, & global management*. McGraw-Hill Irwin [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Análisis de Mercados Internacionales debe contar con título de licenciatura en negocios internacionales, economía o administración y preferentemente con estudios de posgrado, con dos años de experiencia laboral y en docencia. Ser proactivo con pensamiento crítico, responsable, organizado, facilitador, empático, flexible y un buen manejo de la inteligencia emocional.