

## Innovación y Desarrollo para Productos y Servicios para la Exportación

### 1. Datos de identificación

<b>Academia</b>		<b>Departamento</b>		
Negocios y Gestión Internacional		Departamento de Estudios Organizacionales		
<b>Carreras</b>	<b>Area de formación</b>		<b>Tipo</b>	
Licenciatura en Negocios Internacionales	Especializante Obligatoria		Curso - Taller	
<b>Modalidad</b>	<b>Ciclo</b>	<b>Créditos</b>	<b>Clave</b>	<b>Prerrequisitos</b>
Presencial	8	8	I5426	Ninguno
<b>Horas</b>	<b>Relación con otras Unidades de Aprendizaje</b>			
Teoría [ 40 ] Práctica [40] Total [ 80 ]	<i>En el ciclo que se imparte (relación horizontal)</i>		<i>En otros ciclos (relación vertical)</i>	
	Seminario de titulación		Inteligencia comercial Estrategia y consultoría internacional de negocios	
<b>Saberes previos</b>				
Conocimientos básicos de administración, así como habilidades directivas y gerenciales; conocimientos en el área contable				
<b>Elaboró</b>	<b>Fecha de elaboración</b>	<b>Actualizó</b>		<b>Fecha de actualización</b>
Mtra.Thania Jiménez Castellanos	Enero de 2017	Mtro. Cristóbal González Ruvalcaba/Mtra. María de Jesús De La Mo		abril de 2023

### 2. Competencia de la Unidad de Aprendizaje

Realizar proyectos de comercialización de un producto y servicio innovador derivado de los conocimientos teóricos y metodológicos destinados a definir las estrategias para su comercialización en los mercados indicados

#### Perfil de egreso

##### 1. Negociar acuerdos internacionales en el ámbito público y privado

- Mediante conocimientos económicos, jurídicos, sociales y de negociación que se encuentren en la frontera del conocimiento;
- Mediante el dominio de lenguas extranjeras; y
- A partir del reconocimiento de las diferencias culturales.

##### 2. Desarrollar, implementar y gestionar proyectos de logística internacional

- Mediante el conocimiento de marcos normativos y sus procesos, gestión aduanera, métodos cuantitativos y otros elementos de toma de decisiones.
- A partir del uso de TICS y Software especializados, y
- Mediante el conocimiento de geografía, transportes y la estructura económica internacional.

##### 3. Identificar, diseñar, desarrollar y dar seguimiento a los modelos de internacionalización de empresas

- A partir de identificar áreas de oportunidad y generar planes y proyectos de negocios internacionales

### 3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinarias	Profesionales
<ol style="list-style-type: none"> <li>Escucha y pondera situaciones para accionar de forma tolerante, asertiva y afectiva.</li> <li>Busca, procesa y analiza críticamente información procedente de fuentes diversas.</li> <li>Es autocrítico y defiende su postura con pensamiento crítico y propositivo.</li> <li>Aplica de forma ética sus conocimientos y habilidades en su campo laboral.</li> </ol>	<p>Elabora modelos de negocio y planes empresariales</p> <p>Analiza y realiza una síntesis de los mismos</p> <p>Evalúa y tomando decisiones mediante un pensamiento crítico en favor de las organizaciones</p>	<p>Contribuye en la importancia del análisis e interpretación de modelos de negocios y planes empresariales para la toma de decisiones dentro de la organizaciones y en su vida profesional</p>



5. Demuestra capacidad de investigación.		
6. Propicia ambientes que favorece el trabajo en equipo con calidad, calidez y creatividad.		
7. Propone procedimientos y resuelve problemas de la esfera laboral y en nuevas situaciones.		

#### 4. Contenido temático por unidad de competencia

Unidad de competencia 1: Pasos para la innovación de productos y servicios en los mercados Proceso para la creación de ideas e innovación de productos Factibilidad del proyecto o plan de innovación Puntos a tomar en cuenta y circunstancias que pueden pasar en dicho proceso
Unidad de competencia 2: bases de la investigación de mercado Mercado meta Entorno económico/políticos/culturales/sociales del mercado meta Limitaciones del mercado para su producto o servicio Estrategias para la comercialización de su producto Apoyos económicos para la innovación de productos
Unidad de competencia 3: implementación de una investigación de mercado Mercados correspondientes con base a los productos a comercializar Limitaciones y oportunidades del producto en el mercado meta
Unidad de competencia 4: producto innovador para determinado mercado meta (práctico) Elaboración de producto o servicio innovador FODA del producto o servicio Limitaciones de su producto en el mercado meta Técnicas y tácticas a poner en práctica para su comercialización en mercado meta Investigación de mercado

#### 5. Metodología de trabajo docente y acciones del alumno

Metodología	Acción del docente	Acción del estudiante
<ul style="list-style-type: none"> <li>Exposición magistral</li> <li>Investigación bibliográfica documental</li> <li>Mesa redonda de discusión</li> <li>Elaboración de un plan empresarial y modelo de negocio</li> <li>Redacción de un escrito del análisis e interpretación del modelo de negocio y plan empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Apoya a la guía en la investigación</li> <li>Contribuye con casos prácticos para la elaboración del plan de negocio y el modelo de negocio</li> <li>Guía en el análisis e interpretación de los mismos</li> <li>Motiva que realicen una toma de decisiones con respecto a la información elaborada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asume una actitud reflexiva y crítica con respecto a la importancia de elaborar un plan de negocio</li> <li>Asume una postura crítica para definir cuál método es mejor aplicar según la empresa.</li> <li>Elabora un juicio personal de análisis e interpretación de un plan de negocio y modelo de negocio</li> </ul>

#### 6. Criterios generales de evaluación (desempeño)

Actividad	Producto
Evaluaciones parciales 35% Actividades de investigación 30% Resolución de casos prácticos, ejercicio y tareas 35%	Plan de Negocio enfocado a una empresa con potencial de exportación nueva o existente.

Se recomienda que en cada actividad se practique la autoevaluación y coevaluación con los estudiantes.

#### 7. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
---------------------	-------------	-----------	---------



El docente debe ser un profesionalista competente con habilidades en las áreas económicas administrativas (administración, negocios internacionales o economía), además de experiencia en algunos de las siguientes campos: docente, empresarial.	Con habilidades de comunicación, pensamiento crítico, solución de problemas Toma de decisiones, con capacidad de análisis, síntesis y evaluación	Disponibilidades para resolver dudas Mente abierta para otro tipo de opiniones Cultura de trabajo dentro del aula	Honestidad Ética Responsabilidad Tolerancia Paciencia Entusiasmo Creatividad
---	---	---	--

### 8. Bibliografía

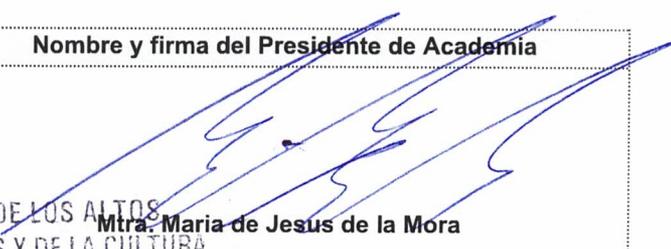
#### Básica para el alumno

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Belfort, Jordan	El camino del lobo : domina el arte de la persuasión, la influencia y el éxito	Océano	2018	Biblioteca CUALTOS
Ferrell, O.C.	Estrategia de marketing	Sextra Edición	2018	Biblioteca CUALTOS
Salvio Martínez, Fernando	La preventa comercial : estrategia efectiva de comercialización	Trillas	2018	Biblioteca CUALTOS
Mejía Trejo, Juan	Mercadotecnia e innovación en el desarrollo de nuevos productos y servicios	Editorial BUK	2018	<a href="https://udgmulti.bibliotecasdigitales.com/read/9786075384658/index">https://udgmulti.bibliotecasdigitales.com/read/9786075384658/index</a>

#### Complementaria

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Schnarch Kirberg, Alejandro	Desarrollo de nuevos productos : creatividad, innovación y marketing	Sexta Edición	2014	Biblioteca CUALTOS
Hilarión Madariaga, Julia Esther	Emprendimiento e innovación: diseña y planea tu negocio		2014	Biblioteca CUALTOS
Koontz, Harold	Elementos de administración: un enfoque internacional y de innovación	8va Edición	2013	Biblioteca CUALTOS
Hernández González, Patricia	Desarrollo e innovación de producto desarrollo e innovación de un nuevo producto	Tesis (Maestría en Mercadotecnia) – Universidad de Guadalajara. Centro universitario de ciencias económico administrativas, 2007	2007	Tesis (Maestría en Mercadotecnia) – Universidad de Guadalajara.

Tepatitlán de Morelos, Jalisco, abril de 2023

Nombre y firma del Jefe de Departamento	Nombre y firma del Presidente de Academia
 <b>Dr. Luis Aguilar Carvajal</b>	 <b>Mtra. Maria de Jesus de la Mora</b>



CENTRO UNIVERSITARIO DE LOS ALTOS  
DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA CULTURA  
DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ORGANIZACIONALES