



ESCUELA SUPERIOR DE COMERCIO Y ADMINISTRACIÓN
 UNIDAD TEPEPAN
 SUBDIRECCIÓN ACADÉMICA
 DEPARTAMENTO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA
PLANEACIÓN DIDÁCTICA TIPO: MODALIDAD EN LÍNEA



Programa Académico: Licenciatura en Negocios Internacionales	Academia: Comercialización Internacional	
Unidad de aprendizaje: Dirección Estratégica Internacional	Nivel: IV	Periodo: 2020 2021 1
Propósito de la unidad de aprendizaje: Diseña planes estratégicos dentro del área comercial, con base en el análisis y las necesidades de los mercados internacionales.		

PRIMER PARCIAL	
Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): I Planeación estratégica internacional II Administración del producto/servicio y la marca	
Propósito(s) Específico(s): Analiza el mercado internacional considerando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, con base en la estructura del plan comercial. Y Diseña procesos de desarrollo de productos y/o servicios dentro de mercados globales, basados en la mezcla de marketing internacional	

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIO-GRÁFICA
1	Componentes de la planeación estratégica internacional. Análisis del macro y micro ambiente de la empresa global: fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Resultado del entorno situacional del mercado: determinación de objetivos Investigación del mercado seleccionado	Est 1: Clase en línea por parte del docente IPN impartida en los horarios de clase asignados. El estudiante realizará de manera individual un mapa conceptual sobre los componentes de la planeación estratégica.	Ev 1: El mapa conceptual deberá contener los seis componentes de la planeación estratégica de los análisis estudiados y caratula, se realizará de forma individual con valor del 40%.	Material que el docente presente: presentaciones Power Point, documentos en Word, lecturas PDF, etc. Videos en la plataforma Youtube sobre cómo hacer análisis FODA.	1B, 5B
2	Análisis de la competencia. Determinación de los competidores existen y quiénes son. Fortalezas financieras. Participación en el mercado. Calidad del producto/servicios ofrecidos	Est 2: Búsqueda de información documental sobre los temas de la unidad El estudiante realizara de manera individual la búsqueda de información de los temas de la unidad que serán su herramienta al realizar un análisis FODA.	Ev 2: El análisis FODA deberá identificar y contrastar las fortalezas y debilidades contra las oportunidades y amenazas, así como al menos 3 ejemplos por rubro y caratula, tendrá un valor del 40%.		

3	<p>Targeting. Tamaño actual del segmento y potencial de crecimiento. El comportamiento del consumidor. Esquemas para seleccionar el target. Posicionamiento</p>		Ev 3: Examen en línea de forma individual y a través de las plataformas con valor de 20%		
4	<p>Estrategias de entrada a los mercados globales: licencias, inversión y alianzas estratégicas. Formulación de estrategias basadas en el análisis de mercado. Desarrollo de cursos de acción. El proceso de desarrollo de producto. Actividades de investigación de mercado. Análisis del portafolio de producto y marcas branding.</p>				
5	<p>La prueba de nuevos productos. Evaluación y selección de países. Inversión directa y estrategias de colaboración. El lanzamiento del producto a nivel internacional. Estructura del mercado y la competencia. Restricciones: ambientales, legales, políticas, culturales, sociales y económicas</p>				
6	<p>Estrategias de Marketing Internacional. El precio: costos y factores de demanda de acuerdo al mercado. Cadena de Suministro: Trade marketing, Below the line (BTL) y activaciones. Comunicación comercial: estrategia de medios, ventas personales, promoción de ventas, relaciones públicas y marketing de patrocinio</p>				

SEGUNDO PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): III Organización, implementación y control de las estrategias globales.

Propósito(s) Específico(s): Diseña sistemas de control que ayuden a la toma de decisiones, basados en la implementación de estrategias comerciales a nivel internacional

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
7	<p>Elementos que afectan a la estructura y la toma de decisiones en el ámbito comercial: ruptura de paradigmas, creación de sinergia, adaptación e innovación.</p> <p>Características de las decisiones de innovaciones.</p> <p>Modelo racional para la toma de decisiones: Definir y diagnosticar el problema, establecer metas, buscar soluciones alternativas, comparar, evaluar y elegir soluciones alternativas, implementar la solución elegida, dar seguimiento y controlar los resultados</p>	<p>Est 1: Clase en línea por parte del docente IPN, impartida en los horarios de clase asignados.</p> <p>Est 2: Búsqueda y análisis de información documental sobre los temas de la unidad. El estudiante realizara de manera individual la búsqueda de información de los temas de la unidad que serán su herramienta al realizar un cuadro sinóptico de los mismos.</p>	<p>Ev 1: Examen en línea de forma individual y a través de las plataformas con valor de 20%</p> <p>Ev 2: Desarrollar un cuadro sinóptico de temas vistos en la unidad de forma individual y con al menos 3 referencias bibliográficas distintas a las vistas en clase y carátula, con valor de 40%</p>	<p>Material que el docente presente: presentaciones Power Point, documentos en Word, lecturas PDF, etc.</p> <p>Libro en PDF "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva".</p>	1B, 5B
8	<p>Tipos de controles para la información: burocrático/formalizado puro y/o culturales.</p> <p>Características de un sistema de control efectivo: controles objetivos, completos, oportunos, aceptables y para alcanzar las metas estratégicas.</p>	<p>Est 3: Lectura y análisis del libro "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva" Autor Stephen Covey. El estudiante realizará durante este periodo la lectura y análisis del libro "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva" para posteriormente hacer un reporte plasmando sus aprendizajes y la relación con la Unidad de Aprendizaje.</p>	<p>Ev 3: Realizar un reporte de lectura del libro "Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva" de forma individual, deberá contener carátula, introducción, desarrollo, conclusión y comentarios, con valor de 40 %.</p>		
9	<p>Proceso de control de la actividad comercial.</p> <p>Sistema de control de gestión de todas las actividades comerciales.</p>				

10	Implementación de las estrategias: Customer Relationship Management (CRM), Balance Scorecard, Benchmarking, Join Venture, Key Account Management (KAM) y Método Delphi.				
11	Valor de la funcionalidad de la información: En base a la implementación de las estrategias				
12	Análisis de los resultados: identificación, selección, procesamiento, para la toma de acción.				

TERCER PARCIAL

Nombre y número de la(s) unidad(es) temática(s): IV Dirección y evaluación de estrategias internacionales

Propósito(s) Específico(s): Diseña procesos de evaluación de estrategias comerciales a nivel internacional, basados en las funciones de la organización dentro de los mercados globales

SEM	CONTENIDOS	ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE	EVALUACION DE LOS APRENDIZAJES	MATERIALES DIDÁCTICOS DISPONIBLES	CLAVE BIBLIOGRÁFICA
13	La Organización Comercial: definición e importancia. Funciones de liderazgo: Dirección hardware y software internacionales.	Est 1: Clase en línea por parte del docente IPN impartida en los horarios de clase asignados.	Ev 1: Examen en línea de forma individual y a través de las plataformas con valor de 20%.	Material que el docente presente: presentaciones Power Point, documentos en Word, lecturas PDF, etc.	1B, 5B
14	Técnicas de dirección para los equipos de trabajo.	Est 2: Búsqueda y análisis de información documental sobre los temas de la unidad. El estudiante realizara las búsquedas y análisis de la información de los temas de la unidad de forma individual que serán la herramienta para llevar a cabo las exposiciones en línea, por equipo en donde se complementaran los conocimientos obtenidos con esta investigación.	Ev. 2: Realizar una exposición en línea en Power Point, Prezi, PowToon, o cualquier programa de su elección, por equipos, del tema asignado en esta unidad, deberá contener caratula, introducción, desarrollo y conclusiones, con valor del 40 %.		
15	La estructura organizativa y la cultura empresarial. Inteligencia emocional en la Organización.				
16	Tipologías estructurales. Gestión del cambio y conocimiento.	Est 3: Video de técnicas de dirección para equipos de trabajo. El estudiante deberá ver y analizar el video para desarrollar un reporte de forma individual del modelo de venta.	Ev 3: Llevar a cabo un reporte escrito de forma individual del modelo de venta analizado en el video, deberá contener caratula, desarrollo y comentarios, con valor de 40%,		
17	Dirección de equipos para el cambio comercial. Modelos de venta. Selección, integración y motivación Evaluación de estrategias clave.				
18	La eficacia de la utilización de la información: para la gestión comercial. Selección estratégica: para accionar el plan comercial, crear redes internacionales y lograr los objetivos planteados				