

Universidad Autónoma de Coahuila

NEGOCIOS 1



Introducción a la Materia

BIENVENIDA

Te damos la bienvenida a la materia Negocios 1 a través de la cual conocerás y comprenderás el significado de algunos conceptos muy utilizados en la vida diaria laboral de los negocios.

Te familiarizarás con prácticas que se llevan a cabo en los lugares de trabajo y comprenderás su uso y finalidad.

PRESENTACIÓN DE LA MATERIA

Dentro de Negocios 1 se conocerá el mundo de los negocios a nivel básico pero bajo un concepto integrador globalizador donde se aprenderá a distinguir sus elementos, factores y componentes así como su relación y operatividad.

OBJETIVO DE LA MATERIA

El profesional tendrá los conocimientos necesarios que le permitan comprender conceptos y estructura de los negocios y el contexto mercadológico a nivel nacional e internacional.

Introducción a la Materia

CONTENIDO TEMÁTICO

UNIDAD 1: Conceptos del comercio internacional

- 1.1 Conceptos.
- 1.2 Transporte internacional.
- 1.3 Tramites de comercio Internacional.

UNIDAD 2. Estructura económica y política de negocios en México

- 2.1 El ambiente público. El ambiente privado. Los poderes de gobierno.
- 2.2 Las instituciones.
- 2.3 Geografía económica y política de México.

UNIDAD 3. Investigación de mercados internacionales

- 3.1 Concepto.
- 3.2 Importancia.
- 3.3 Fuentes de investigación.
- 3.4. Fases de la investigación de mercados.
- 3.5 Caso práctico.
- 3.6 Transición de lo físico a lo virtual.

Introducción a la Materia

UNIDAD 4. Mezcla mercadológica internacional

4.1 Estrategias del producto.

4.2 Estrategias de precio.

4.3 Estrategias de distribución

4.4. Estrategias de promoción.

4.5 Consideraciones para llevar a cabo una Investigación de mercado internacional.

EVALUACIÓN GENERAL

Para reportar tu *calificación* final obtenida de la suma de puntos de cada unidad, deberás haber cumplido de forma obligatoria con la realización o entrega de lo siguiente:

- Desarrollo de las lecciones.
- Responder a todos los cuestionarios de evaluación por unidad.
- Realizar y entregar dentro del tiempo establecido el Proyecto Final.
- Responder a la Evaluación Final.

La falta de cualquiera de estos requerimientos causará la **no** acreditación del curso.

Introducción a la Materia

En caso de **no** acreditar el curso en periodo ordinario con una calificación igual o mayor a **70**, tendrás que presentar una evaluación extraordinaria integrada por: un examen de conocimiento y un proyecto, dando como total el 100% de la calificación del curso; en caso de no obtener una calificación aprobatoria tendrás que inscribirte para recurrar la materia.

RECUERDA QUE LA CALIFICACIÓN MÍNIMA APROBATORIA ES 70

EVALUACIÓN	PUNTOS
UNIDAD 1	20 puntos
UNIDAD 2	20 puntos
UNIDAD 3	20 puntos
UNIDAD 4	20 puntos
PROYECTO FINAL	10 puntos
EVALUACIÓN DEL CONOCIMIENTO	10 puntos
TOTAL	100 PUNTOS

Introducción a la Materia

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- García Cruz, Rosario (2002). Marketing Internacional. España: ESIC Editorial.
- Jerez Riesco, José Luis (2010) Marketing internacional: Para la expansión de la Empresa. España: ESIC Editorial.
- Kotler, Philip; David Gertner; Irving Reing; Donald Haider (2007). Marketing Internacional de Lugares y Destinos: Estrategias para la Atracción de Clientes y Negocios en Latinoamérica. México: PEARSON Educación.
- W. Baack, Daniel; Eric G. Harris; Donald Baack. (2013). International Marketing. USA: SAGE Publications.

DINÁMICA DE TRABAJO

Cada unidad consta de los siguientes elementos:

- Contenido Temático: presentación y análisis de conceptos, fundamentos teóricos, implicaciones y aplicaciones del tema al que se refiere la unidad correspondiente.
- Controles de Lectura: cuestionamientos específicos acerca de las lecturas realizadas bajo un sistema de opción múltiple o relacionar, los cuales permitirán comprobar que has revisado y leído cada una de las lecturas que te han sido asignadas. Recuerda que pueden tener valor en tu evaluación.
- Actividades: aplicación de los conocimientos teóricos adquiridos. Son evaluables bajo listas de cotejo específicas y adquieren una ponderación en la evaluación.
- Ejercicios: prácticas que ayudan a reforzar el conocimiento para un mejor resultado en las evaluaciones.

Introducción a la Materia

- Evaluación por unidad: consta de una serie de reactivos que se evalúan para comprobar el conocimiento adquirido dentro de la unidad.
- Antes de terminar tu materia deberás responder una evaluación final que comprende los contenidos de toda la materia.

PROYECTO FINAL

Realiza una investigación sobre una empresa mexicana que se encuentre presente en varios países y que contribuya en el desarrollo actual del país. De esta empresa deberás investigar lo siguiente:

- Nombre de la empresa
- Lugar de origen y como fueron sus inicios
- Numero de empleados que tiene la empresa
- Países donde tiene presencia
- Productos que comercializa
- Fecha en que inició operaciones en otros países diferentes a México
- Estrategias de marketing que utiliza y ejemplos de estas

El proyecto deberá ser presentado en un documento de Word, conteniendo cada elemento que se indica, así como una portada y referencias de la investigación.

Introducción a la Materia

EVALUACIÓN	PUNTAJE
REALIZA EL PROYECTO	2 puntos
<u>INCLUYE CADA ELEMENTO SOLICITADO</u>	5 puntos
<u>LA INVESTIGACIÓN TIENE COHERENCIA EN SU REDACCIÓN</u>	3 puntos
TOTAL	10 PUNTOS

REFERENCIAS

- García Cruz, Rosario (2002). Marketing Internacional. España: ESIC Editorial.
- Jerez Riesco, José Luis (2010) Marketing internacional: Para la expansión de la Empresa. España: ESIC Editorial.
- Kotler, Philip; David Gertner; Irving Reing; Donald Haider (2007). Marketing Internacional de Lugares y Destinos: Estrategias para la Atracción de Clientes y Negocios en Latinoamérica. México: PEARSON Educación.
- W. Baack, Daniel; Eric G. Harris; Donald Baack. (2013). International Marketing. USA: SAGE Publications.