

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Administración del Comercio Exterior

DATOS GENERALES

Nombre del Curso

Diseño de Planes de Negocios Internacionales

PRESENTACIÓN GENERAL

Justificación

La dinámica mundial obliga a los países a tener más participación internacional, lo cual implica que las empresas se incorporen a los negocios internacionales, en especial la exportación, esto hace que se replanteen los diversos factores a los que se enfrentará, ya que implica un cambio de paradigma, como el participar en otros mercados, no solo el nacional, además del uso de las tecnologías, portales de internet, redes sociales, etc. La empresa que desea incursionar en los mercados internacionales, especialmente la exportación, debe conocer que implica altos costos que pueden dar lugar a grandes afectaciones económicas si no prepararon antes un Plan de Negocios adecuado a esta actividad.

Es por ello que los especialistas en la Administración del Comercio Exterior deben recibir la preparación adecuada en este campo, para que sean capaces de elaborar proyectos y planes de negocios reales que permita visualizar a la empresa todo lo que tiene que hacer para alcanzar ese objetivo.

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO

Diseñar planes de negocios internacionales utilizando la metodología propuesta y con apoyo de la tecnología, que permita a la empresa la internacionalización y comercialización de sus productos en nuevos mercados, provocando que el alumno comprenda la importancia que tiene el proyectar a la empresa en mercados internacionales en beneficio de su país, su estado y la misma sociedad.

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS

UNIDAD 1

1. Preparación del plan de negocios de exportación

Objetivos particulares

Comprender la importancia que tiene la elaboración de un plan de negocios para la exportación, posicionando a la empresa en los mercados internacionales, comprendiendo su utilidad para desarrollar una ventaja competitiva.

Temas

- 1.1 La idea de exportar
- 1.2 Utilidad del plan de negocios.
- 1.3 Información que debe conocer el empresario.

- 1.4 Fuentes de información.
- 1.5 Errores comunes.
- 1.6 Estrategia y ventaja competitiva internacional.

UNIDAD 2

2. Perfil de la empresa

Objetivos particulares

Como parte del plan de negocios, elaborar el perfil de la empresa, con base a los antecedentes proporcionados por la misma.

Temas

- 2.1 Antecedentes de la empresa.
- 2.2 Aspectos jurídicos.
- 2.3 Misión, visión y valores de la empresa.
- 2.4 Análisis FODA de la empresa.
- 2.5 Equipo de dirección.
- 2.6 Estructura organizacional.
- 2.7 Macro y microlocalización.
- 2.8 Planes futuros.

UNIDAD 3

3. Análisis del producto.

Objetivos particulares

Elaborar el análisis del producto con la información que la empresa ofrece, adecuándolo a su proceso de internacionalización.

Temas

- 3.1 Descripción del producto.
- 3.2 Proveeduría y subcontratación.
- 3.3 Costos de producción.
- 3.4 Activos.
- 3.5 Proceso productivo
- 3.6 Inventarios.
- 3.7 Imagen.
- 3.8 Envase y embalaje.
- 3.9 Normas oficiales.
- 3.10 Investigación y desarrollo.
- 3.11 Control de calidad.
- 3.12 Respaldo al producto

UNIDAD 4

4. Análisis del mercado

Objetivos particulares
Desarrollar un estudio de mercado para maximizar las oportunidades de mercado que pueda tener la empresa en mercados internacionales.
Temas
4.1 Descripción de la industria. 4.2 Participación nacional. 4.3 Selección del mercado meta. 4.4 Medición del mercado. 4.5 Barreras arancelarias y no arancelarias. 4.6 Segmentación del mercado. 4.7 Canales de distribución y márgenes. 4.8 Competencia. 4.9 Modalidades de pago y formalización legal de la compraventa. 4.10 INCOTERMS. 4.11 Logística. 4.12 Mezcla de mercadotecnia. 4.13 Clientes potenciales 4.14 Oportunidades y amenazas.

UNIDAD 5
5. Digitalización en los negocios internacional
Objetivos particulares
Diseñar estrategias de negocio electrónico dentro de los planes de negocios de las empresas, aprovechando el uso de las nuevas tecnologías de la información para incrementar su competitividad.
Temas
5.1 Comercio electrónico 5.2 Comercio Transfronterizo 5.3 Oportunidades para el e-Commerce Transfronterizo Mexicano 5.4 Elementos par la estrategia del e-Commerce 5.5 Mercados mas importantes del e-Commerce 5.6 Marketplace mas importantes por región 5.7 Las nuevas generaciones del cambio 5.8 Importancia de las Redes Sociales 5.9 Plataforma Marketplace B2B

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
Estrategias metodológicas de enseñanza: <ul style="list-style-type: none"> • Organización de grupos colaborativos

- Estudio de casos
- Dirección de prácticas
- Exposición con apoyo tecnológico variado
- Dirección de proyectos de investigación
- Elaboración del Plan de Negocios

Estrategias metodológicas de aprendizaje:

- Lectura, síntesis e interpretación
- Estudio de casos
- Consultas bibliográficas
- Explicación del maestro
- Lluvia de ideas
- Mesa redonda
- Participación activa y reflexiva

EQUIPO NECESARIO

APOYOS EDUCATIVOS NECESARIOS

- Materiales: libros, revistas, antologías, internet, programas de cómputo y audiovisuales
- Recursos: proyector, computadora, pizarrón, plumones.

BIBLIOGRAFÍA

1. González, A. C. L. (2016). *Plan estratégico de negocios*. Grupo Editorial Patria.
2. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. Barcelona: Deusto.
3. Porter Michael E. (2001) *Ventaja competitiva*, México, CECSA.
4. Rendón, Ó. H. P. (2014). *Modelo del plan de negocios: para micro y pequeña empresa*, Patria.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

1. SEDECOP. Disponible en: <http://www.veracruz.gob.mx/desarrolloeconomico/> Consultado: 12 de diciembre de 2018.
2. Marketplace B2B, BUSINESS TO BUSINESS. Disponible en: <https://www.hechoenmexicob2b.com>. Consultado 12 de diciembre de 2018
3. UPS Pressroom. Disponibel en: <https://pressroom.ups.com/pressroom/ContentDetailsViewer.page?ConceptType=PressReleases&id=1539101395443-732>. Consultado el 12 de diciembre de

2018.

Otros Materiales de Consulta:

Revistas especializadas

EVALUACIÓN

SUMATIVA

Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
1. Exposición equipo	Criterios para exposición en lista de cotejo	Lista de cotejo	25 %
2. Investigaciones y tareas	Entrega de tareas asignadas y de investigación así como el contenido pertinente.	Tareas e Investigaciones en EMINUS	25 %
3. Proyecto final	Contenido del proyecto final	Proyecto final terminado	50 %
Total			100 %