

UNIVERSIDAD VERACRUZANA
Especialidad en Administración del
Comercio exterior

DATOS GENERALES
Nombre del Curso
Optativa II: Comercio internacional: política, estratégica y tendencias

PRESENTACIÓN GENERAL
Justificación
<p>El comercio internacional crece cada día más durante la última década, en 2017 su mayor tasa de crecimiento, tanto en términos de volumen como de valor debido principalmente al cambio en la estructura del comercio mundial y su organización. De igual manera, el proceso de globalización y los cambios tecnológicos en las comunicaciones como el Internet ha propiciado Mercados más abiertos, productos diferenciados para mercados particulares, consumidores mejor informados y nuevos temas en la agenda de negociación.</p> <p>Esta es una experiencia educativa que pretende actualizar al alumno sobre las estrategias comerciales exitosas y emergentes que se presentan en los mercados, permitiendo que el estudiante conozca esas posibilidades de comercialización y desarrolle el sentido de búsqueda y actualización constantes.</p>

OBJETIVOS GENERALES DEL CURSO
<p>Al finalizar el curso los estudiantes serán competentes para identificar las principales características del comercio internacional para diseñar políticas estratégicas de mercado que le permitan, a la empresa en donde se desempeñen profesionalmente, participar y permanecer en los mercados, estando siempre alerta de todas las variables del entorno, así como de los cambios en los gustos y preferencias del consumidor y de las tendencias globales.</p>

UNIDADES, OBJETIVOS PARTICULARES Y TEMAS
UNIDAD 1
Características y análisis del comercio internacional
Objetivos particulares
El estudiante analizará los diversos tipos de intercambio comercial, monedas y sistemas de pago que se utilizan en los mercados internacionales.
Temas
1.1. Principales Intercambios comerciales en el mundo
1.2. Principales monedas y sistema internacional de pagos
1.3. Regulaciones y medidas necesarias

UNIDAD 2	
Políticas económicas internacionales y estrategias	
Objetivos particulares	
El estudiante conocerá las diversas políticas en materia del comercio internacional para poder desarrollar estrategias que le permitan hacer negocios.	
Temas	
2.1.	Política fiscal
2.2.	Política monetaria
2.3.	Política industrial y valor agregado
2.4.	Política comercial y valor agregado
2.5.	Política agropecuaria y valor agregado

UNIDAD 3	
Tendencias comerciales de vanguardia	
Objetivos particulares	
El estudiante será capaz de identificar y diseñar estrategias de mercado ante el constante cambio y las formas de consumo de modifican por estratos sociales, grupos de edad y sectores geográficos. Dada esta movilidad y actualización constantes..	
Temas	
3.1.	E-Commerce y E- Bussines
3.2.	Mercado de consumo sustentable y productos orgánicos
3.3.	Tendencias regionales

TÉCNICAS DIDÁCTICAS Y ASPECTOS METODOLÓGICOS
<ul style="list-style-type: none"> • Se expondrá en cada unidad aspectos relevantes de los temas, basados en resultados de investigación y material de la literatura. • Se presentará un cuestionario a los estudiantes para determinar los conocimientos previos de la unidad. • Se participará en foros académicos, en el que los estudiantes reflexionarán el tema, argumentarán sus comentarios con elementos teóricos y prácticos. • Se acompañará al estudiante para realizar un proyecto de investigación sobre los temas tratados. • Se usará el ambiente virtual (plataforma Eminus) en forma complementaria para reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje. <p>De aprendizaje: Búsqueda de fuentes de información Lectura, síntesis e interpretación Análisis y discusión de temas Debates dirigidos Visitas empresariales Reportes de vivencias empresariales</p>

De enseñanza:

Exposición con apoyo tecnológico variado
Diálogos simultáneos
Lecturas comentadas
Debates dirigidos
Interrogatorio
Mapas conceptuales
Casos prácticos

EQUIPO NECESARIO

Equipo de cómputo
Equipo de video
Video proyectores
Equipo de audio
Programas de computo
Repositorio institucional
Pizarrón

BIBLIOGRAFÍA

1. Mercado, S. H. (2004). *Comercio Internacional II/International Commerce II: Incluye Tratado de Libre Comercio/Includes Treatise of Free Commerce*. Editorial Limusa. Recuperado de: books.google.com
2. Paul R.. Krugman, Obstfeld, M., & Marc J.. Melitz. (2012). *Economía internacional: Teoría y política*. Pearson. Recuperado de: usfx.bo
3. Ward, M. D., & Hoff, P. D. (2007). *Persistent patterns of international commerce*. Journal of Peace Research, 44(2), 157-175. Recuperado de: journals.sagepub.com
4. Young, G. K. (2003). *Rome's Eastern Trade: International Commerce and Imperial Policy 3.1 BC-AD 305*. Routledge. Recuperado de: books.google.com.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS (Última fecha de acceso:)

1. TRADEMAP – ITC, (Diciembre 2018)
<http://www.intracen.org/itc/analisis-mercados/estadisticas-del-comercio/>
2. Market Access Map ITC, (Diciembre 2018),
<http://www.macmap.org/Default.aspx?lang=es-ES>
3. Export Potential Map (EPM)-ITC, (Diciembre 2018),
<http://exportpotential.intracen.org/es/#/home>

4. Trade Competitiveness Map-ITC, (Diciembre 2018),
<https://tradecompetitivenessmap.intracen.org/TPIC.aspx>
5. Organización Mundial del Comercio OMC, (Diciembre 2018),
https://www.wto.org/spanish/res_s/statistics/statistics.htm
6. Banco Mundial, (Diciembre 2018),
<https://datos.bancomundial.org/tema/comercio>

Otros Materiales de Consulta:

1. Secretaría de Economía, (Diciembre 2018),
<https://www.gob.mx/se/documentos/comercio-externo-informacion-estadistica-y-arancelaria-importaciones-y-exportaciones-por-pais-1993-2018-por-socios?state=published>
2. Banco de México, (Diciembre 2018),
<http://www.anterior.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector=1&accion=consultarDirectorioCuadros>

EVALUACIÓN SUMATIVA			
Aspecto a Evaluar	Forma de Evaluación	Evidencia	Porcentaje
1. Puntualidad 2. Planeación 3. Organización, aportaciones con base al material estudiado. 4. Coherencia, claridad, pertinencia- 5. Trabajo en equipo.	Formativa y sumativa	<ul style="list-style-type: none"> • Cuadro comparativo • Reportes de lectura • Portafolio de evidencias 	<ul style="list-style-type: none"> • 20% • 60% • 20%
Total	100%		