



UNIVERSIDAD DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

Ficha Técnica

NOMBRE DEL PROGRAMA:	Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional
PLANTEL DE ADSCRIPCIÓN:	Escuela de Comercio Exterior
CLAVE:	M360
FECHA DE INICIO:	Agosto de 2014
DURACIÓN:	Cuatro semestres
MODALIDAD:	Presencial
CRÉDITOS REQUERIDOS:	78

PRESENTACIÓN:

La Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional es un programa de nueva creación que atiende los lineamientos institucionales. Se justifica y fundamenta en la creciente apertura de mercados a nivel internacional, los cuales favorecen el movimiento libre de productos y empresas al incluir actividades del comercio exterior, de importaciones y exportaciones, lo que hace necesario contar con posgraduados que atiendan el área de negocios internacionales y la gestión aduanera.

OBJETIVO GENERAL:

Formar Maestros en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional en el ámbito de los negocios internacionales y la gestión aduanera, capaces de desempeñarse en un contexto global, con habilidades para incorporar, adaptar y gestionar estrategias que permitan elevar la calidad y competitividad de las organizaciones.

PERFIL DEL ASPIRANTE:

Se espera que el aspirante al programa de posgrado cuente con las siguientes características:

- Formación en alguna de las siguientes áreas: aduanas, comercio exterior, comercio internacional, negocios internacionales, administración, relaciones internacionales, economía, contaduría, derecho, finanzas, ingeniería en medio ambiente, ingeniería industrial, ingeniería logística e ingeniería en transporte.
- En caso de formación en un campo diferente a los mencionados con anterioridad, se deberá acreditar una experiencia profesional en actividades inherentes al área del comercio internacional de al menos 2 años.
- Interés por resolver problemas en el área de los negocios.
- Interés por la investigación aplicada.
- Capacidad de análisis.
- Disposición para el trabajo en equipo.
- Facilidad de expresión oral y escrita.
- Habilidad en el manejo de programas computacionales básicos del área del comercio internacional.
- Comprensión de lectura del idioma inglés.



PERFIL DEL EGRESADO:

Al concluir el programa, el egresado contará con las siguientes competencias:

- Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales.
- Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos e incrementar la competitividad de las organizaciones de acuerdo a los programas que diseñan e implementan estos organismos.
- Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes.
- Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables.
- Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.
- Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos de aplicación.
- Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación.
- Desarrolla la autonomía para el aprendizaje, así como la capacidad para tomar decisiones con la finalidad de coadyuvar al crecimiento y mejora continua del clima laboral a través de la aplicación de diversas herramientas administrativas (e. gr. teorías sobre liderazgo, toma de decisiones, etc.).
- Coadyuva a la maximización de utilidades provenientes de las actividades de comercialización nacional e internacional a través del uso de las diferentes tecnologías que apoyan el quehacer profesional.
- Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.
- Dirige equipos interdisciplinarios para lograr una mejora continua en las organizaciones y favorecer así el incremento en las utilidades a través de proyectos de negociación internacional.
- Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora de acuerdo a las metas establecidas por la empresa.
- Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores.



UNIVERSIDAD DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

ESTUDIOS DE POSGRADO

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

**PLAN DE ESTUDIOS DE LA MAESTRÍA EN DESARROLLO CORPORATIVO DEL COMERCIO
INTERNACIONAL**

CLAVE: M360

VIGENCIA A PARTIR DE AGOSTO DE 2014

MAESTRÍA

Total de créditos requeridos: **78**

Créditos de asignaturas obligatorias: **38**

Créditos de asignaturas optativas: **40**

Clave	Asignaturas Obligatorias	HCA	HTI	TAA	CR
01	Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales.	32	64	96	6
02	Estadística aplicada a los negocios.	32	32	64	4
03	Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera.	32	32	64	4
04	Seminario de proyecto empresarial I.	32	96	128	8
05	Seminario de proyecto empresarial II.	32	96	128	8
06	Seminario de proyecto empresarial III.	32	96	128	8
	Asignaturas Optativas				
07	Técnicas y estrategias para investigación de mercados internacionales.	32	32	64	4
08	Marco jurídico de los negocios internacionales.	32	32	64	4
09	Acuerdos, tratados y organismos en el comercio internacional.	32	32	64	4
10	Competitividad e innovación en el uso de las TIC's.	32	32	64	4
11	Multiculturalidad en las negociaciones internacionales.	32	32	64	4
12	Inteligencia financiera en los negocios internacionales.	32	32	64	4
13	Administración de la mercadotecnia internacional para el fomento de la competitividad.	32	32	64	4
14	Seminario de plan de negocios internacionales.	32	32	64	4
15	Desarrollo de habilidades directivas y perspectivas globales.	32	32	64	4
16	Administración estratégica en los negocios internacionales.	32	32	64	4
17	Empaque, envase y embalaje en el entorno global.	32	32	64	4
18	Administración financiera corporativa.	32	32	64	4
19	Taller de simuladores empresariales.	32	32	64	4
20	Responsabilidad corporativa en los negocios.	32	32	64	4
21	Métodos cuantitativos en la cadena de suministro.	32	32	64	4
22	Gestión logística del transporte multimodal.	32	32	64	4
23	Gestión de almacenes e inventarios.	32	32	64	4
24	Taller de comercio electrónico en un mercado global.	32	32	64	4
25	Sistema aduanero internacional.	32	32	64	4
26	Marco jurídico del despacho aduanero.	32	32	64	4
27	Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías.	32	32	64	4
28	Valoración aduanera y contribuciones del comercio exterior.	32	32	64	4



UNIVERSIDAD DE COLIMA
COORDINACIÓN GENERAL DE DOCENCIA
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR

29	Regímenes aduaneros.	32	32	64	4
30	Procedimientos administrativos en materia aduanera.	32	32	64	4
31	Medios de impugnación en materia aduanera.	32	32	64	4
32	Aplicaciones del código fiscal en materia aduanera.	32	32	64	4
33	Contratos y pagos internacionales.	32	32	64	4
34	Tópicos selectos en comercio internacional.	32	32	64	4

REFERENCIAS:

- Cada hora de actividad de aprendizaje equivale a 0.0625 de crédito.
- HCA: Horas / semestre bajo la conducción de un académico
- HTI: Horas / semestre de trabajo independiente
- TAA: Total de horas de actividades de aprendizaje.

Es requisito para cursar este plan de estudios tener título en alguna licenciatura del área de las **ciencias administrativas**. En caso de proceder de un área diferente se deberá acreditar una experiencia profesional en actividades inherentes al área del comercio internacional de al menos 2 años.

Para obtener el certificado de estudios de la **Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional** es necesario cubrir como mínimo 78 créditos.

Para obtener el **Grado de Maestro en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional**, el aspirante deberá cumplir con los requisitos señalados en el Reglamento Escolar de Posgrado vigente.

Estudia - Lucha - Trabaja

Colima, Col., agosto de 2014



UNIVERSIDAD
DE COLIMA
RECTORIA

M. A. JOSÉ EDUARDO HERNÁNDEZ NAVA
RECTOR



UNIVERSIDAD
DE COLIMA
COORDINACIÓN
GENERAL DE
DOCENCIA

DRA. MARTHA ALICIA MAGAÑA ECHEVERRÍA
COORDINADORA GENERAL DE DOCENCIA



UNIVERSIDAD DE COLIMA
RECTORÍA

ACUERDO No. 46 de 2014, que crea la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional y eleva a rango de Facultad a la Escuela de Comercio Exterior.

A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA:

El Rector de la Universidad de Colima, en ejercicio de las facultades que le confieren las fracciones X, XII y XIV del Artículo 27 y el Artículo 29 de la Ley Orgánica de la propia Institución y

CONSIDERANDO:

PRIMERO.- Que en los últimos años se ha fomentado y potenciado la participación de México en el comercio exterior, contribuyendo a incentivar el desarrollo económico y social del país.

SEGUNDO.- Que las empresas mexicanas han tenido que evolucionar de un carácter nacional a uno internacional, buscando ser más eficientes y competitivas tanto en costos como en calidad.

TERCERO.- Que se requieren posgraduados que atiendan el área de negocios internacionales y la gestión aduanera, capaces de favorecer el movimiento libre de productos y empresas al incluir actividades del comercio exterior, de importaciones y exportaciones.

Educación con responsabilidad social





UNIVERSIDAD DE COLIMA
RECTORÍA

CUARTO.- Que institucionalmente se tomó la decisión de que sea la Escuela de Comercio Exterior la sede de la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional.

QUINTO.- Que una vez presentado el plan de estudios y observado que cumple con los propósitos de la política educativa rectora de esta Institución, he tenido a bien expedir el siguiente

ACUERDO:

ARTÍCULO PRIMERO.- Se crea la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional en la Escuela de Comercio Exterior.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Que en razón del establecimiento del programa de Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional, se eleva a rango de Facultad a la Escuela de Comercio Exterior y en lo sucesivo se llamará Facultad de Comercio Exterior.

ARTÍCULO TERCERO.- Se responsabiliza a la Facultad de Comercio Exterior de la operación de este programa, bajo la supervisión de la Dirección General de Educación Superior.

ARTÍCULO CUARTO.- El programa antes citado tiene como objetivo lo siguiente: Formar Maestros en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional en el ámbito de los negocios internacionales y la gestión aduanera, capaces de desempeñarse en un contexto global, con habilidades para incorporar, adaptar y gestionar estrategias que permitan elevar la calidad y competitividad de las organizaciones.

TRANSITORIO:

Educación con responsabilidad social





UNIVERSIDAD DE COLIMA
RECTORÍA

PRIMERO.- El presente acuerdo entra en vigor a partir de su fecha de aprobación y publicación en la revista electrónica Rectoría, con efecto retroactivo al 11 de agosto de 2014.

Dado en la ciudad de Colima, capital del Estado del mismo nombre, a los ocho días del mes de diciembre de dos mil catorce.



ATENTAMENTE
ESTUDIA * LUCHA * TRABAJA
EL PRESIDENTE DEL H. CONSEJO UNIVERSITARIO,

UNIVERSIDAD
DE COLIMA

M. A. JOSÉ EDUARDO HERNÁNDEZ NAVA
RECTORÍA

Educación con responsabilidad social

Av. Universidad 333 / colonia las Víboras / Colima, Col., México / C.P. 28040 / Tel. (312) 316 10 11/ Fax 316 10 09
rectoria@ucol.mx / www.ucol.mx

NORMAS ISO 9001: 2008 / 27001: 2005





MAESTRÍA EN DESARROLLO CORPORATIVO DEL COMERCIO INTERNACIONAL

Documento Curricular 2014

Escuela de Comercio Exterior

ÍNDICE

	Número de página
Directorio	3
Datos generales del programa	4
Comité curricular	5
1. Justificación	6
2. Fundamentación	9
2.1. Programas de posgrado similares	18
3. Líneas de desarrollo profesional del programa	20
4. Objetivo general	25
5. Metas del programa	26
6. Perfil del aspirante	26
7. Perfil del egresado	27
8. Requisitos de ingreso	28
9. Requisitos de permanencia	29
10. Requisitos para la obtención del grado	29
11. Campo de trabajo	30
12. Estructura de la maestría	30
12.1. Operatividad del programa	34
12.2. Materias del programa	36
13. Mapa curricular	38
14. Programas de asignatura: obligatorias y optativas	41
14.1 Asignaturas obligatorias	42
14.2 Asignaturas optativas	55
15. Recursos materiales y financieros	113
15. 1 Recursos materiales	113
15. 2 Recursos financieros	114
16. Evaluación y actualización del programa	114
17. Referencias bibliográficas	116

Directorio

M. en A. José Eduardo Hernández Nava

Rector

M. en C. Christian Jorge Torres-Ortiz Zermeño

Secretario General

Dra. Martha Alicia Magaña Echeverría

Coordinadora General de Docencia

Dr. Carlos Eduardo Monroy Galindo

Director General de Educación Superior

M. en C. Aurelio Deniz Guizar

Director de la Escuela de Comercio Exterior

Datos generales del programa

Unidad académica que participa en el programa:

Escuela de Comercio Exterior

Nombre del Programa de Posgrado

Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional

Sede del programa

Escuela de Comercio Exterior

Orientación del Programa

Profesionalizante

Duración

4 Semestres

Grado

Maestro en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional

Vigencia del Programa

Agosto de 2014

Comité curricular

M. en C. Aurelio Deniz Guizar
M. en C. Manuel Rubio Maldonado
M. en F. Óscar Bernardo Reyes Real
M. en D. A. Noé López Alvarado
M. en C. Ariel Gutiérrez Ortiz
Dr. en C.A. José Emmanuel López Luna
M. en C.E.N.I. Germán Israel Silva Aguilar

Asesoría curricular

M. en A. Benjamín Alcaraz Anguiano
M. en P. Manuel Hernández Torres

1. Justificación

México representa un abanico de opciones para empresas extranjeras interesadas en realizar actividades de comercio internacional; entre las principales características que favorecen a esta actividad es la amplia red de tratados y acuerdos comerciales, con una cobertura de 43 países y acceso preferencial a más de mil millones de consumidores potenciales.

En México, a través del Gobierno Federal, se han enfocado los esfuerzos en la diversificación de mercados para productos y servicios; y a través de tratados de libre comercio y acuerdos de complementación y asociación económica, se han establecido vínculos fructíferos con economías de Europa, Asia y América Latina, lo que ha impulsado en gran medida el comercio en México (PROMEXICO, 2014).

El comportamiento estable de la economía comercial ha permitido que las exportaciones, además de haber crecido en volumen, lo hayan hecho en la participación del mercado, señalando una mejor aceptación de los productos mexicanos en los mercados internacionales. El país, en conjunto con diferentes organismos, como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), están impulsando acciones para hacer aún más competitivo este componente exportador, logrando ampliar los mercados extranjeros así como la diversificación de los productos de exportación.

Se puede inferir así, que la economía comercial en México ha demostrado ser un importante sector para fomentar y potenciar su participación en el comercio exterior, contribuyendo a incentivar el desarrollo económico y social del país; “la evolución de los principales indicadores económicos y sociales de México, señalan

un entorno macroeconómico estable en el contexto de una economía abierta y altamente integrada al comercio mundial”¹, (BID, 2013).

A veinte años de la creación del programa académico de Licenciado en Comercio Exterior (LCE) en la Universidad de Colima (UCOL) y la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN; con esta misma antigüedad), el comercio de América del norte ya no se caracteriza simplemente por intercambio de bienes terminados, “hoy en día, los tres países del TLCAN(México, Estados Unidos y Canadá), coproducen bienes para el mercado continental y para el resto del mundo” (BROOKINGS, s/a)

Aunado a lo anterior y en el transcurso de este mismo lapso de tiempo se han firmado otros tratados, entre los más importantes se encuentran: Tratado de Libre Comercio México – Chile, Tratado de Libre Comercio México – Unión Europea y el Acuerdo para el fortalecimiento de la Asociación Económica México – Japón.

Derivado de ello, el modelo económico nacional evolucionó, de sustitución de importaciones a un modelo neoliberal, en el cual, las organizaciones se han visto obligadas a generar diversas estrategias para ser competitivas en el ámbito nacional e internacional; esto ha originado que, dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018, se consideren programas de integración regional.

Entre las regiones del país se encuentra la denominada “Centro – Occidente”; compuesta por los estados de: Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. En esta región, según el Plan Estatal de Desarrollo 2012-2018, se están desarrollando mega proyectos, entre los cuales se pueden mencionar:

- a) El libramiento ferroviario del puerto de Manzanillo.
- b) La terminal de almacenamiento y regasificación de gas natural licuado.
- c) La construcción del gasoducto Manzanillo – Guadalajara.

¹ México cuenta con una red de 12 tratados de libre comercio con 44 países, y participa activamente en organismos y foros multilaterales de comercio. A pesar de este grado de apertura, a finales de 2012 el 79% de las exportaciones del país tuvieron como destino los Estados Unidos. Fuente: BID, (2013).

- d) La ampliación de la zona norte del puerto interior de Manzanillo, y
- e) La presa El Naranjo II.

En el municipio de Manzanillo (el más productivo del estado de Colima de acuerdo a API, 2014), se encuentra uno de los puertos marítimos más importantes del país, el cual requiere de empresas cuyo giro prioritario sea la gestión y los servicios al comercio exterior para llevar a cabo operaciones portuarias; entre las que se pueden mencionar: agencias aduanales, operadoras logísticas, recintos fiscales, transportistas, importadoras y exportadoras, entre otros; por tanto, estas organizaciones requieren de recursos humanos altamente capacitados en materia de comercio internacional. La propia dinámica de estas organizaciones ha propiciado que el quehacer nacional impulse el desarrollo haciendo uso de su proyección al mercado internacional, haciendo énfasis en las áreas de los negocios internacionales y la gestión aduanera.

Derivado de lo expuesto anteriormente, la UCOL se ha preocupado por elevar la calidad de la educación en el estado y por ofrecer una variedad de programas educativos pertinentes, acordes a los nuevos requerimientos y necesidades sociales, incrementando las posibilidades de desarrollo del país y respondiendo a las necesidades de los profesionistas, que demandan una actitud permanente de cambio en los procesos de formación en nuevas habilidades y destrezas vinculadas al mercado laboral, en las distintas áreas disciplinares.

De esta forma, la Escuela de Comercio Exterior (ECE) de la UCOL ha venido atendiendo las necesidades propias del sector, formando Licenciados en Comercio Exterior y Licenciados en Aduanas, tomando como pertinencia el seguimiento de egresados y los resultados obtenidos del estudio de mercado sobre la demanda de formación en este escenario.

La propia dinámica evolutiva ha generado la necesidad de formar recursos humanos de alto nivel, lo que lleva a ofertar un programa de posgrado a nivel maestría para satisfacer estas nuevas necesidades, considerando en su creación

aspectos de flexibilidad curricular e innovación educativa, que permitan a sus egresados adaptarse en un mundo cambiante y altamente interconectado.

2. Fundamentación

Dentro del entorno mundial, es cada vez más imperante que las economías consideren al comercio internacional como la mejor alternativa para frenar las crisis financieras y económicas que suelen presentarse en las naciones. La apertura de mercados beneficia a cada socio comercial al estimular el crecimiento económico, la generación de empleo y la disminución de impuestos, entre otros aspectos.

El comercio internacional, entre otras actividades económicas, ha contribuido a reducir la pobreza en aquellos países y regiones del mundo que se han abierto gradualmente a la economía global; en este sentido, el Banco Mundial (2012) estima que los países en desarrollo podrían obtener ganancias de más de US\$500 millones; el comercio internacional libre en el mundo, junto con otras medidas encaminadas a fomentar el desarrollo, podrían ayudar a salir aproximadamente a 300 millones de personas de la pobreza para el año 2015.

Actualmente esta actividad en el mundo abre nuevas vías, establece prototipos para liberalizar áreas como los servicios, el comercio electrónico, la propiedad intelectual para sociedades del conocimiento, la transparencia en las regulaciones gubernamentales y una mejor aplicación de las relaciones laborales y medio ambientales. El comercio en el mundo favorece el movimiento libre de productos y empresas, al incluir actividades del llamado comercio exterior, de importaciones y exportaciones.

México se encuentra inmerso en una economía comercial. Por esto, las empresas han tenido que evolucionar de un carácter nacional a uno internacional, buscando ser más eficientes y competitivos tanto en costos como en calidad.

Esta inmersión se da a partir de 1988, cuando Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) implementó el modelo neoliberal, que consistió en la desincorporación de

empresas y organismos públicos para el saneamiento de las finanzas públicas (Herrera, *et al.*, 2012). Salinas planteó una apertura comercial, enfocada a una mayor eficiencia en la producción interna, mediante el desarrollo de los sectores económicos (Banco de México, 1995).

En 1991, iniciaron las negociaciones para la firma de un acuerdo comercial entre México, Estados Unidos y Canadá. Para finales de 1992, el objetivo se había cumplido; estos países habían culminado las negociaciones con la firma del Tratado del Libre Comercio de América de Norte; con éste, el comercio internacional de México ha ido creciendo año tras año.

A partir de 1995, el nivel total de las exportaciones aumentó alcanzando un total de 79,540.60 millones de dólares (mdd). Para 1996, las exportaciones siguieron en aumento alcanzando una cifra de 95,903.70 mdd. En 2005 México alcanza los 214,233.00 mdd. Su mayor incremento surge en el año 2011 con un total de 349,675.90 mdd. Sin embargo, así como el aumento de las exportaciones fue constante, también lo fueron las importaciones (Banco de México, 2012).

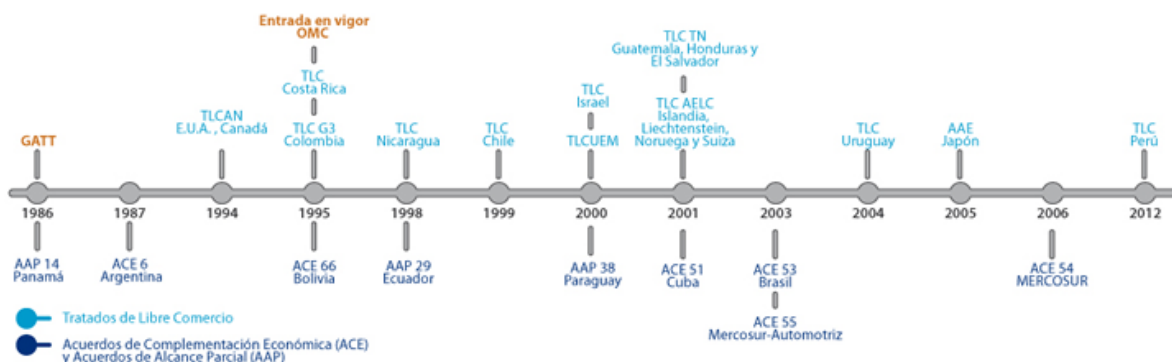
En el caso mexicano, la apertura comercial se da por la adhesión de México a los organismos multinacionales de comercio, y por la firma de los tratados comerciales con diversos países (Márquez, 2001). Las actividades más importantes dentro de esta apertura son las importaciones y exportaciones que son la esencia del comercio exterior y se definen como la operación mediante la cual se somete a una mercancía nacional o extranjera a la regulación y fiscalización tributaria, para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo y permanecer en el país o en el extranjero por un tiempo determinado (Herrera, *et al.*, 2012).

A partir de la firma del TLCAN, México ha trabajado para fortalecer sus relaciones comerciales con otros países; gracias a que ha firmado acuerdos comerciales en tres continentes, se posiciona como una puerta de acceso a un mercado potencial de más de mil millones de consumidores y 60 por ciento del PIB mundial.

México cuenta con una red de 12 Tratados de Libre Comercio con 44 países (TLCs), 28 Acuerdos para la Promoción y Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) y 9 acuerdos de comercio (Acuerdos de Complementación Económica y Acuerdos de Alcance Parcial) en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI).

Además, México participa activamente en organismos y foros multilaterales y regionales como la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) y la ALADI.

La siguiente figura presenta los Tratados de Libre Comercio y Acuerdos que México ha firmado desde que ingresó al GATT (Acuerdo General sobre Comercio y Aranceles, por sus siglas en inglés). Entre los tratados que México ha firmado destacan el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea y el Acuerdo Latinoamericano de Integración (ALADI) (Promexico, 2014).



Fuente: Promexico (2014).

Por su parte, el Estado de Colima se ha visto favorecido por la firma de los tratados mencionados anteriormente, y de acuerdo a su Plan Estatal de Desarrollo (2009-2015), se ha caracterizado por ser una economía de servicios que favorece al comercio internacional, con una participación de este sector con alrededor de 72%. Sus condiciones naturales fomentan el desarrollo de una gama diversificada

de actividades económicas, tales como el turismo, el transporte marítimo comercial, las actividades agropecuarias, de pesca y silvicultura, así como la minería, las cuales dinamizan el crecimiento de la economía estatal y el empleo en los 10 municipios.

De acuerdo a datos del INEGI (2010), Colima ocupa el primer lugar nacional en la producción de limón y producción de pellets de mineral de fierro, así como el segundo lugar en la producción de copra, captura de atún, barrilete y bonito; todas estas actividades son susceptibles de comercializarse internacionalmente.

De acuerdo al diagnóstico del Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015 a los mercados de exportación de agroproductos colimenses, se destinan 13'264,324 toneladas aproximadamente, que representan el 13.4% del total de la producción del Estado, de los que la mayor parte corresponden al limón mexicano y el limón persa, con destino a los Estados Unidos y pequeños embarques a Japón y Alemania, principalmente. Le sigue en importancia el melón y la sandía a los mercados de Estados Unidos y Canadá y algunos embarques a Japón. El plátano es también importante por su exportación, correspondiendo al mercado Japonés destacar por el consumo de esta fruta colimense. El mango y la papaya también han resultado competitivos en los mercados de Estados Unidos y Canadá, exportando cerca de 40 mil toneladas de estas frutas en partes iguales. Otros productos que se distinguen en la exportación, son el jitomate, chile, pepino y zarzamora; posicionándose esta última en el mercado estadounidense por la calidad y vida de anaquel que tiene, y el café orgánico, que aun cuando es bajo el volumen para el mercado exterior, alcanza nichos de mercado muy especiales.

Por otro lado, en el Programa de Desarrollo Regional Región Centro Occidente 2025, se determinó la conectividad del estado atribuida a la red carretera de más de 2,135 kilómetros y la extensión de 235 kilómetros de vías férreas, así como su posición geográfica estratégica para el comercio nacional e internacional, colocan a la entidad como una potencial plataforma logística nacional inscrita en la Cuenca del Pacífico y la Región Centro Occidente (RCO), que incluye a Aguascalientes, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Querétaro, San Luis Potosí y

Zacatecas. De las entidades que conforman la Región Centro Occidente, a Colima se atribuye un rol estratégico para su desarrollo económico, gracias a que cuenta con el puerto de Manzanillo con una área de influencia interna que engloba a 17 estados de la República Mexicana.

El Puerto de Manzanillo es líder nacional en el sistema portuario en el manejo de carga contenerizada, cerrando 2013 con 2'000,000 de *Twenty-feet Equivalent Units* (TEUS), sobresaliendo el incremento del tráfico de mercancías entre Asia y América. Otro aspecto relevante de la economía colimense tiene que ver con su vocación agropecuaria, forestal, acuícola y pesquera, que le han dado un gran soporte a la economía estatal, representando el 8.5% de su Producto Interno Bruto (PIB) (API, 2013).

Aunado a lo anterior y asentado en el Programa Maestro de Desarrollo Portuario el Puerto de Manzanillo 2012 – 2017, dicho puerto se ha posicionado como la principal entrada para el manejo de carga contenerizada en el comercio internacional, de las zonas centro y bajo de la República Mexicana, que representan más del 67% del PIB del país y donde radica el 55% de la población nacional. Cuenta con una zona de influencia interna (*hinterland*) principalmente conformada por 17 estados: Aguascalientes, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Zacatecas (API, 2014).

Por su parte, la zona de influencia internacional (*foreland*) del puerto está integrada por la costa oeste del continente americano y la cuenca del Pacífico. Los principales países con los que se realiza intercambio comercial son EUA, Canadá, Guatemala, Colombia, Ecuador, Chile, Japón, China, Taiwán, Corea, Indonesia, Malasia, Singapur y Filipinas. Por otro lado, existe también una importante actividad comercial con España, Rusia y Alemania; así como con Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica. El Puerto de Manzanillo es, para México, la principal entrada de contenedores, con una participación del 60% en el Pacífico Mexicano y el 46% en todo el país.

Parte del *foreland* del Puerto de Manzanillo comprende principalmente los países de la Cuenca del Pacífico, zona de mayor dinamismo a nivel mundial, que integra un mercado que abarca el 32% de la superficie terrestre, más de 2.7 miles de millones de habitantes, aproximadamente el 55% del PIB mundial y concentra el 49% del comercio del mundo. Los principales países con los que México realiza intercambio comercial a través del Puerto de Manzanillo son China, Japón y Corea del Sur, (API, 2013).

Otra parte está orientada hacia la costa oeste del continente americano en su parte norte con Canadá y Estados Unidos, en el territorio central principalmente con Panamá, Costa Rica, Guatemala, El Salvador, Nicaragua y en la parte sur con Chile, Colombia, Perú y Ecuador, (API, 2013).

El Puerto de Manzanillo es el líder del Sistema Portuario Mexicano en el manejo de contenedores, moviendo más de 2'000,000 de TEUs en 2013. Además es un punto de transbordo para los países de Centro y Sudamérica, así como la costa oeste de Estados Unidos y Canadá. Siendo conocedores de la actual demanda de carga contenerizada del Puerto de Manzanillo, y atendiendo a su creciente demanda, el PMDP 2012 – 2017 está particularmente enfocado en satisfacer los requerimientos de operación del puerto para cubrir oportunamente con la demanda de manejo de contenedores, (PMDP, 2012-2017).

En relación a su enlace marítimo, los servicios del puerto de Manzanillo pueden ser regulares o trampa; actualmente el puerto tiene relaciones comerciales con más de 57 puertos en exportación y 67 en importación, además de 6 destinos nacionales y cuenta con un total de 33 líneas navieras prestando los servicios marítimos.

Debido a su posición geográfica y su ubicación en rutas marítimas relevantes Manzanillo es considerado como puerto HUB de gran calado para el tráfico con Estados Unidos y Centroamérica(API, 2013), hecho al que puede contribuir la saturación y los altos costos de los puertos de Long Beach y Los Ángeles. El crecimiento del tráfico marítimo puede hacer que el volumen de carga de algunas

líneas navieras en Manzanillo aumente y genere economías de escala que incentiven a éstas a implantar su sede de operaciones en dicho puerto².

Es de suma importancia, hacer hincapié en que el acelerado crecimiento del puerto de Manzanillo, es uno de los factores más importantes que propician la formación de profesionistas que potencien el desarrollo de las organizaciones dedicadas al comercio internacional, pues conforme pasa el tiempo, se va incrementando la apertura de nuevas corporaciones que contribuyen al flujo de los procesos comerciales que se llevan a cabo en la región y que para ello, es latente la preparación de recursos humanos altamente capacitados para dirigir los procesos y hacer frente al acelerado crecimiento en materia de comercialización.

El comercio internacional ha tenido avances significativos, evidenciados en el incremento de las innovaciones tecnológicas y los servicios que de ello derivan, lo que impone nuevos retos y problemas que demandan soluciones.

Es por ello, que la educación superior requiere de programas de posgrado pertinentes y de calidad, que contribuyan al desarrollo económico y social, no sólo del país, sino también del ámbito internacional, logrando con ello la formación de seres humanos con alto sentido de responsabilidad social.

Para atender los retos y problemas anteriores, se exige la formación de posgraduados en el ámbito del comercio internacional con un sentido altamente competitivo, con el que puedan hacer frente a las condiciones del contexto en que se desarrollan.

De acuerdo a un estudio de factibilidad, realizado por la ECE, se obtuvieron resultados significativos que reflejan la demanda de formación de un profesional en el área, ello justifica la realización de una propuesta curricular del PE de la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional (MDCCI), pues

² Para mayor información de las perspectivas de crecimiento del Puerto de Manzanillo, consultar: Programa Maestro de Desarrollo Portuario del Puerto de Manzanillo 2012 – 2017: <http://www.puertomanzanillo.com.mx/esps/2110421/programa-maestro-de--desarrollo-portuario>. Consultado el 20 de febrero de 2014.

mediante ese estudio se identificó una alta demanda en el sector del comercio exterior y aduanas en el puerto de Manzanillo, Colima, México para el programa mencionado.

Para el estudio de pertinencia se aplicaron un total de 380 encuestas a profesionistas dedicados al ámbito del comercio internacional, y por otra parte, a 100 empleadores del sector público y privado de las diferentes organizaciones del contexto profesional.

De acuerdo a la aplicación de encuestas a profesionistas dedicados al área, se obtuvo una fuerte demanda de formación en las áreas de: logística internacional, negocios internacionales, gestión aduanera, por lo que, con base en los resultados obtenidos, se pudo constatar que el 60% de la población profesional encuestada, está interesada en cursar estudios de posgrado que les permita obtener un óptimo desempeño en las organizaciones en que se encuentra, dedicadas al ámbito del comercio internacional.

De acuerdo a datos obtenidos del Programa de Seguimiento de Egresados de la UCOL en 2014, desde 1995 que se oferta por primera ocasión el PE de Licenciado en Comercio Exterior (LCE), 16 generaciones de estos profesionistas han enriquecido el ámbito laboral con sus conocimientos y experiencia; y desde 2004 se oferta por primera ocasión el PE de Licenciado en Aduanas (LAd) (único en su tipo en toda la República Mexicana según datos de la SEP 2013), contando ya con 8 generaciones de egresados; en total suman 1,395 egresados de ambas carreras, siendo 980 de LCE y 415 de LAd; de estos egresados, 866 han obtenido su título (Libro de Actas de la ECE 2014), correspondiente al 62.87%, lo que los convierte en mercado potencial para cursar el posgrado.

Para robustecer el sustento anterior se consideró una población objetivo de 3,474 profesionistas de diferentes disciplinas de los sectores público y privado, que laboran en empresas relacionadas con el comercio internacional; de esta población se determinó una muestra de 380 participantes a la cual se le aplicó un cuestionario para sondear la demanda potencial de un programa de posgrado; los

resultados indican que el 75% de los encuestados manifestó tener interés en cursar un posgrado en Comercio Internacional; 20% en cursar una opción diferente a Comercio Internacional y 5% no contestó.

Dada la situación anterior y el compromiso que la UCOL asume de atender las demandas del sector productivo, industrial y social, se propone la creación del programa de MDCCI, donde se formen recursos humanos con un alto nivel de competitividad en el comercio internacional con énfasis en los campos de los negocios internacionales y la gestión aduanera, que coadyuven a la mejora de los procesos de exportación e importación de las organizaciones utilizando métodos de gestión empresarial a través de la innovación continua, buscando el desarrollo integral sustentable del sector empresarial exportador en la región centro occidente.

El programa de MDCCI es de corte profesional, y tiene como propósito fundamental que sus egresados atiendan las áreas relacionadas a los negocios internacionales y la gestión aduanera; con la finalidad de que profundicen, analicen y sean críticos e innovadores en su área de conocimiento, desarrollando habilidades, actitudes y conocimientos en el ejercicio de su profesión, que les permitan tener un aprendizaje significativo e integral a través de las diversas áreas de formación.

La creación de la MDCCI generaría un vínculo natural entre ella y la Línea de generación y aplicación del conocimiento del cuerpo académico 089 de la ECE, denominada: “Estudio de las organizaciones vinculadas al comercio exterior, logística y gestión aduanera, en el ámbito nacional e internacional”; de la cual se desprenden dos líneas de desarrollo profesional (LDP), cuyos nombres son: “Estudio de las implicaciones y procedimientos del sistema aduanero mexicano” y “Estudio sobre el impacto del comercio internacional de las organizaciones”; lo que permitirá al estudiante actualizarse y especializarse integralmente, respondiendo así a los nuevos retos o evoluciones de su perfil o sector profesional.

2.1. Programas de posgrado similares

Después de un revisión exhaustiva de la oferta académica de universidades públicas en la región Centro Occidente, sólo se encontraron dos programas con una ligera similitud al programa de posgrado que se propone; véase la Tabla 1.

Tabla No. 1: Programas de posgrado similares de la región Centro Occidente.

Posgrado	Institución	Áreas	Páginas Web
Mercadotecnia y Comercio Internacional	Universidad Autónoma de Aguascalientes	- Comercio Internacional - Estrategias para los Sistemas de Calidad - Finanzas y Negocios - Impuestos - Mercadotecnia	http://posgrado.uaa.mx/posgrado/planes/eco/MaestCienCiasEconomicas.pdf
Administración de los negocios	Universidad de Guadalajara	- Finanzas y Negocios - Comercio exterior - Mercadotecnia	http://www.udg.mx/oferta-academica/posgrados/maestrias/maestria-en-administracion-de-negocios-0

Fuente: Elaboración propia

En el estado de Colima también existen instituciones privadas que ofrecen programas en el área del comercio internacional, los cuales se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2: Programas de posgrado similares en el Estado de Colima.

Posgrado	Institución(es)	Áreas	Páginas Web
Maestría en Comercio Internacional	UNIVA. Plantel Colima. Particular	No tiene	http://www.univa.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=464&Itemid=148
Comercio Exterior y Aduanas	Universidad Vizcaya de las Américas. Plantel Manzanillo. Particular	No tiene	http://www.uva.edu.mx/posgrados/comercio_internacional.pdf

Fuente: Elaboración propia

A partir de la evidencia anterior, se deduce que la oferta de posgrado por parte de instituciones públicas es reducida y no tienen el perfil de la MDCCI; en cuanto a las instituciones públicas, sólo existen la Universidad de Colima y el Instituto Tecnológico de Colima que ofertan posgrados; éste último no cuenta con programas de posgrado en el área Económico Administrativa.

Para el caso de la Universidad de Colima se propone un programa que permite englobar las áreas que demanda la formación del profesional propuesto, y que cuente con los conocimientos, habilidades, aptitudes y valores que permitan hacer frente a los efectos provenientes del acelerado crecimiento del puerto de Manzanillo.

Aunado a lo anterior, el programa de posgrado de MDCCI de la Universidad de Colima tendrá las siguientes ventajas competitivas respecto a los programas ofertados tanto en la región Centro Occidente, como en el estado de Colima:

1. La cercanía con el recinto portuario de Manzanillo, así como con la aduana marítima, permite contar con un laboratorio natural para el desarrollo profesional del maestrante.
2. El tejido empresarial está integrado por corporaciones vinculadas mayormente a actividades propias del comercio internacional, como son los negociaciones internacionales y gestión aduanera.
3. El cuerpo académico y los profesores por asignatura del programa tienen una alta experiencia profesional en las diferentes actividades vinculadas al comercio internacional.
4. Los programas pertenecientes a instituciones privadas, que operan con profesores de asignaturas, están sujetos a la demanda, por lo que no hay certeza de su apertura.
5. Se enfocan en una sola línea de formación, siendo muy específicos en la misma.

3. Líneas de desarrollo profesional del programa

En la Tabla 3 se muestra el núcleo académico básico y las Líneas de Desarrollo Profesional (LDP) del programa, a saber: *Estudio sobre el impacto del comercio internacional en las organizaciones (EICIO)* y *Estudio de las implicaciones y procedimientos del sistema aduanero mexicano (EIPSAM)*.

En la primera LDP se pueden incluir temas como: análisis, diseño y aplicación de proyectos de logística de importaciones y exportaciones de mercancías, diseño y aplicación de estrategias de mercadotecnia, planes de negocios tanto nacionales como internacionales, gestión de almacenes, consultorías para la determinación del precio de exportación y aplicación de inteligencia de mercado, entre otros.

En la segunda LDP se pueden incluir temas como: fiscalización y control aduaneros, efectos de entrada en vigor de disposiciones normativas, gestión del despacho aduanero, análisis de contribuciones al comercio exterior, ejercicio de la función pública por parte de las autoridades relacionadas con la gestión aduanera y análisis de procedimientos aduaneros, entre otros.

En la Tabla 3 se especifican cuáles profesores del núcleo académico tienen participación en el sector empresarial y quiénes pertenecen al Sistema Nacional de Investigadores, así como la productividad académica (artículos publicados) con relación directa a la línea de desarrollo profesional que trabajan.

Tabla No. 3: Núcleo académico básico y LDP del programa

Profesor	Grado	Perfil PROMEP	SNI	Productividad	LDP	Experiencia empresarial
Aurelio Déniz Guizar	M	Sí	No	Diagnóstico para que el productor agrícola del estado de Colima participe en el mercado exportador. Administración del riesgo financiero en el tipo de cambio para pymes exportadoras del estado de Colima, México.	EICIO	Consultor empresarial independiente

Ariel Gutiérrez Ortiz	M	No	No	Eficiencia portuaria entre Corea y El Pacífico (2003-2008): Utilizando Modelos DEA. Afectaciones por el servicio de consolidación y desconsolidación de carga de los recintos fiscalizados del puerto de Manzanillo, Colima, México.	EICIO	Gerente de proyectos
Manuel Rubio Maldonado	M	Sí	No	Factores que impulsan a las pymes productoras de limón y coco del estado de colima a incursionar en el sector exportador. Impacto de la logística en la liberación de mercancía contenerizada de importación en el puerto de manzanillo, colima, México	EICIO	Gerente de comercialización y desarrollo de proyectos
José Emmanuel López Luna	D	No	No		EICIO	Gerente de tráfico, consultor en logística
Noé López Alvarado	M	No	No	Herramientas tecnológicas: factor simplificador del despacho aduanero en manzanillo, colima, México.	EIPSA M	Consultor empresarial
Oscar Bernardo Reyes Real	M	Sí	No	Procedimiento de revisión en origen: facilitador operativo de las agencias aduanales de manzanillo, colima, México. El oficial de comercio exterior como factor de mejora en el control y seguridad de la operación de la aduana de Manzanillo.	EIPSA M	Asesor legal

Fuente: Elaboración propia

Tabla No. 4: Profesores de asignatura

Profesor	Grado	Perfil PROMEP	SNI	LDP	Experiencia empresarial	Adscripción / Empresa
Gerardo Altamira Murataya	M	No	No	EICIO	Subgerente de control de calidad	Peña Colorada
Roberto Espíritu Olmos	D	Sí	No	EICIO	Sector PYME en el ámbito logístico	FCAT
Ramón Eliazar Medina Gallegos	M	No	No	EICIO	Gerente General recinto fiscalizado	Alianza Estratégica Portuaria
Antonio Preciado Hernández	M	No	No	EICIO	Área de análisis (ingeniería industrial)	Peña Colorada
David Román Palomino	M	No	No	EIPSAM	Gerente	Grupo Galván S.C.
Óscar Adrián Urdiales Castillo	M	No	No	EIPSAM	Gerente general agencia aduanal	Alianza Estratégica Portuaria

Fuente: Elaboración propia

El promedio de profesores de tiempo completo que participan en cada una de las líneas es de 3, lo que asegura la viabilidad de las mismas y el trabajo de los estudiantes que deseen insertarse en ellas.

La colaboración de otros profesores participantes estará sujeta a la aprobación de la Comisión del Programa de Posgrado (CPP) bajo los criterios de formación académica, experiencia y participación en el sector empresarial.

Como parte integral de la formación del maestrante, la Escuela de Comercio Exterior, integrante de la Dependencia de Educación Superior (DES) Facultad de Contabilidad y Administración de Manzanillo (FCAM), ha signado diversos convenios de colaboración con instituciones y organismos del sector privado, así

como con instituciones nacionales de educación superior, con la finalidad de aprovechar las redes de investigación existentes para que los estudiantes de posgrado desarrollen su proyecto de aplicación profesionalizante (tesis); véanse las tablas 5 y 6.

Los convenios con las empresas coadyuvarán a la formación del maestrante, realizando estancias en las mismas con la finalidad de elaborar su proyecto de aplicación profesionalizante (tesis).

Tabla 5: Instituciones u organismos con convenios de colaboración

Nombre de la empresa	Actividad
Cámaras empresariales 1. Asociación de Agentes Aduanales del Puerto de Manzanillo, A. C. 2. COPARMEX Manzanillo, S.P.	Estancias y proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) relacionados con el comercio exterior
Servicios integrales al comercio exterior 3. Alianza Estratégica Portuaria, S. A. de C.V. 4. Integradora Aduanal y de Servicios Woodward, S. C. 5. Integradora de Apoyos al Comercio Exterior, S. A.de C. V.	
Agencias aduanales 6. Aforo Aduanero, S.C. 7. Agencia Aduanal Glucsa del Pacífico, S.C. 8. Agencia Aduanal Internacional, S.C. 9. Agencia Aduanal María Cristina del Río Orozco. 10. Agencia Aduanal Miguel Ángel Hano Díaz Paniagua. P. F. 11. Agencia Aduanal Padilla, S. C. 12. Agencia Aduanera de América del Pacífico, S.C. 13. Despachos Aduanales Castañeda, S. C. 14. Documentadores Aduanales del Pacífico, S. C. 15. GIL Y GIL Agentes Aduanales, S. C. 16. Gómez Sañudo, S.C. 17. Logistics Global, S. C. 18. MOZ Agencias Aduanales de Manzanillo, S. C. 19. Multiservicios Aduanales de Manzanillo, S. C. 20. Prestadora de Servicios ABC Asesoría, S.A. de C.V. 21. Prida Consorcio Aduanal, S. A. de C. V. 22. Servicios Aduanales del Pacífico, S.C. 23. Trámites y Asesoría en Servicios Aduanales, S. C.	Proyectos de aplicación profesionalizante (tesis) relacionados con el comercio exterior
Agencias navieras 24. AGUNSA, Agencia Naviera	
Operadoras portuarias 25. Operadora de la Cuenca del Pacífico, S.A. de C.V. 26. Terminal Internacional de Manzanillo, S. A. de C. V.	
Importadores y exportadores 27. Representaciones Comerciales Ponce, S.A. de C.V. 28. Sociedad Potosina de Comercio Exterior, S.C.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Convenios de colaboración con instituciones nacionales de educación superior o con cuerpos académicos propios de la UCOL (Redes de investigación)

Convenio red	Universidades que participan	Cuerpos académicos / Proyectos
"Red de Investigadores en Organizaciones, Competitividad y Desarrollo Regional" (RIOCyDER)	Universidad de Sonora	UNISON-CA-105 "Innovación y Competitividad"
	Universidad Autónoma de Sinaloa	USA-CA-011 "Administración de Negocios y Desarrollo Regional" USA-CA-228 "Gobierno y Políticas Públicas" USA-CA-212 "Estudios sociales y administrativos en las organizaciones" USA-CA-170 "Movimiento migratorio y desarrollo regional" USA-CA-200 "Trabajo social y cultura comunitaria" USA-CA-179 "Modelos de integración de trabajo social y desarrollo local"
	Universidad de Colima	UCOL-CA-042 "Estudios administrativos y mercadológicos"
	Universidad de Occidente	UDO-CA-028 "Análisis y desarrollo regional" UDO-CA-014 "Administración" UDO-CA-026 "Economía y sociedad"
	Universidad Autónoma de Baja California	UABC-CA-118 "Relaciones Internacionales y políticas públicas"
	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	UMSNH-CA-016
	Colegio de la Frontera Norte Dirección Regional Ciudad Juárez	"Los especialistas en Desarrollo Regional y movilidad de la población"
Red de investigación	Universidad de Colima, Universidad de Aguascalientes, Universidad de Guadalajara	Factores estratégicos de la competitividad en el sector hotelero y restaurantero

Fuente: Elaboración propia

4. Objetivo general

Formar Maestros en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional en el ámbito de los negocios internacionales y la gestión aduanera, capaces de desempeñarse en un contexto global, con habilidades para incorporar, adaptar y gestionar estrategias que permitan elevar la calidad y competitividad de las organizaciones.

4.1 Objetivos particulares

- Desarrollar en el maestrante, conocimientos, habilidades y valores, con un enfoque de competitividad que le permita desarrollarse en las organizaciones dedicadas al comercio internacional.
- Coadyuvar al desarrollo económico del estado y del país a través de la formación de capital humano de alto nivel en comercio internacional con un enfoque innovador y emprendedor.
- Formar líderes con la visión de generar y apoyar los procesos comerciales globales de cambio en las organizaciones.
- Realizar proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) que impliquen un análisis integral del entorno para la creación de empresas y organizaciones vinculadas al comercio internacional, mediante los cuales se sugieran soluciones a las problemáticas propias del sector.
- Impulsar la dinámica empresarial en sus aspectos de comercio internacional y aduanero para generar estrategias de innovación.
- Preparar estrategias de alto nivel del comercio exterior de la pequeña y mediana empresa, con la finalidad de cubrir necesidades de bienes y servicios en México y en el extranjero.
- Desarrollar la capacidad creativa de los maestros en formación para presentar alternativas de solución a los problemas, contribuyendo al proceso de mejora de las organizaciones vinculadas al comercio internacional.

5. Metas del programa

El programa de la Maestría en Desarrollo Corporativo de Comercio Internacional propone las siguientes metas:

- ✓ Lograr al menos un 60% de titulación por cohorte al primer año de egreso.
- ✓ Lograr la adscripción del programa al Padrón Nacional de Posgrados de Calidad(PNPC) del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en el año 2017.
- ✓ Asignar al menos proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) (máximo tres) a cada uno de los profesores del núcleo académico básico de la maestría al finalizar cada primer semestre.
- ✓ Publicar colegiadamente (profesor – alumno) en revista especializada o congreso, al menos un artículo, producto del proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) por generación.
- ✓ Realizar un coloquio generacional para la presentación de productos de vinculación empresa –universidad a partir del segundo año de vigencia del programa,

6. Perfil del aspirante

Los aspirantes a este programa deberán contar con las siguientes características:

- Formación en alguna de las siguientes áreas: aduanas, comercio exterior, comercio internacional, negocios internacionales, administración, relaciones internacionales, economía, contaduría, derecho, finanzas, ingeniería en medio ambiente, ingeniería industrial, ingeniería logística e ingeniería en transporte. En caso de formación en un campo diferente a los mencionados con anterioridad, se deberá acreditar una experiencia profesional en actividades inherentes al área del comercio internacional de al menos 2 años.
- Interés por resolver problemas en el área de los negocios.

- Interés por la investigación aplicada.
- Capacidad de análisis.
- Disposición para el trabajo en equipo.
- Facilidad de expresión oral y escrita.
- Habilidad en el manejo de programas computacionales básicos del área del comercio internacional.
- Comprensión de lectura del idioma inglés.

7. Perfil del egresado

El Maestro en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional:

1. Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales.
2. Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos e incrementar la competitividad de las organizaciones de acuerdo a los programas que diseñan e implementan estos organismos.
3. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes.
4. Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables.
5. Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.
6. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyecto de aplicación profesionalizante (tesis).

7. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para efficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación.
8. Desarrolla la autonomía para el aprendizaje, así como la capacidad para tomar decisiones con la finalidad de coadyuvar al crecimiento y mejora continua del clima laboral a través de la aplicación de diversas herramientas administrativas (e. gr. teorías sobre liderazgo, toma de decisiones, etc.).
9. Coadyuva a la maximización de utilidades provenientes de las actividades de comercialización nacional e internacional a través del uso de las diferentes tecnologías que apoyan el quehacer profesional.
10. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.
11. Dirige equipos interdisciplinarios para lograr una mejora continua en las organizaciones y favorecer así el incremento en las utilidades a través de proyectos de negociación internacional.
12. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora de acuerdo a las metas establecidas por la empresa.
13. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores.

8. Requisitos de ingreso

Original y dos copias de:

- Título o acta de examen profesional en alguna licenciatura del área de las ciencias administrativas. El ingreso al programa de posgrado de un candidato proveniente de un campo diferente a los mencionados en el perfil del aspirante será dictaminado por la Comisión del Programa.
- Certificado de licenciatura.

- Acta de nacimiento.
- Carta de exposición de motivos.
- Anteproyecto de aplicación profesionalizante.
- Curriculum vitae en extenso (anexar documentos probatorios).
- Promedio mínimo de 8 en sus estudios de nivel licenciatura, en el caso de las carreras de ingenierías quedará sujeto a la aprobación de la comisión interna del programa.
- Constancia TOEFL que acredite mínimo 400 puntos en el examen de dominio del idioma Inglés.
- Aprobar el Examen de Ingreso al Posgrado (EXANI III) con un mínimo de 900 puntos.
- Dictamen técnico de los estudios antecedentes expedido por la SEP, para el caso de aspirantes egresados de instituciones extranjeras.
- Cubrir los aranceles correspondientes al proceso de selección.
- Los demás que marque el Reglamento Escolar de Posgrado (REP) vigente y las convocatorias general y específica.

9. Requisitos de permanencia

Semestralmente:

- Aprobación de las asignaturas.
- Inscripción y pago de los aranceles correspondientes.
- Los demás que marque el REP vigente y las normas complementarias.

10. Requisitos para la obtención del grado

- Cubrir los créditos que señala el plan de estudios.
- Cumplir con los trámites administrativos escolares correspondientes.
- No tener adeudos con la Universidad de Colima.
- Los demás que señale el REP vigente y las normas complementarias.

11. Campo de trabajo del egresado

El egresado de la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional contará con los conocimientos suficientes, para desempeñarse en organizaciones inherentes al comercio internacional públicas y privadas:

- Consultor privado.
- Asesor en empresas de nueva creación.
- Asesor de asociaciones civiles.
- Asesor de empresas en proceso de internacionalización.
- Alto ejecutivo en organismos promotores del comercio internacional.
- Integrante de firmas de consultores en las áreas de Negocios Internacionales.
- Docente en instituciones de educación superior

12. Estructura de la maestría

El programa está acentuado en dos áreas de desarrollo profesional:

- *Estudio sobre el impacto del comercio internacional en las organizaciones (EICIO) y*
- *Estudio de las implicaciones y procedimientos del sistema aduanero mexicano (EIPSAM).*

Este programa de posgrado contempla en su estructura curricular 34 materias tanto obligatorias como optativas.

Como parte de estas materias obligatorias, y con la finalidad de guiar al alumno en el desarrollo del proyecto que le permitirá obtener el grado, éste tendrá que cursar las siguientes seis materias: Herramientas para la elaboración del proyectos empresariales; Estadística aplicada a los negocios; Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera, y Seminario de proyecto empresarial I, II y III.

En la materia de ***Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales*** se revisará la forma de estructurar y operar un proyecto de aplicación, incluyendo la redacción del mismo. Igualmente se atenderán contenidos relacionados con los estudios de mercado, técnicos, financieros, administrativos, así como el análisis de estudios de sustentabilidad. Se espera que esta materia brinde herramientas sólidas a los estudiantes para la elaboración de sus proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) subsecuentes, de tal forma que tengan la oportunidad de aplicar sus conocimientos y habilidades en un escenario real, para generar soluciones ante la problemática que el entorno social presenta.

El catedrático de esta materia fungirá como asesor de metodología durante los cuatro semestres que dure el programa, (en conjunto con las materias de *Seminario de proyecto empresarial I, II y III*) cada maestrante deberá contar, además, con un asesor de contenido así como con un revisor. En esta materia, el maestrante deberá haber elaborado su protocolo, que corresponderá al 25% de avance sobre su proyecto.

El asesor de metodología, quien es a su vez el catedrático de la materia, tendrá bajo su responsabilidad transmitir conocimientos y conducir al alumno sobre lineamientos de investigación científica y, a su vez, deberá revisar el avance del proyecto en conjunto con el asesor de contenido y el revisor (designado previamente por el catedrático de la materia).

El asesor de contenido tendrá bajo su responsabilidad supervisar, orientar y aportar conocimientos respecto al fenómeno de estudio, propio del proyecto, con la finalidad de que el maestrante realice una aportación significativa a su campo laboral.

El revisor deberá acompañar al maestrante en su calidad de persona interna, y podrá sugerir modificaciones a sus avances.

El alcance de los proyectos de aplicación profesionalizante (tesis) estará condicionado a su planeación y desarrollo, no obstante la ejecución dependerá de las organizaciones productivas involucradas. Los proyectos de los maestrantes deberán estar enfocados a estas líneas para ser aceptados.

La incorporación de los maestrantes de la MDCCI a las LDP's estará en función de las características propias del proyecto que presente, a través de la labor de asesoría del profesorado.

Al ingresar, el alumno debe plantear una propuesta de anteproyecto de aplicación profesionalizante, que se relacione directamente con una de las LDP's que se cultivan en el programa. El planteamiento del estudiante debe considerar:

- Para la selección del tema, el maestrante deberá presentar un anteproyecto, el cual será susceptible de modificación a partir de las recomendaciones realizadas por el asesor seleccionado; una vez realizadas las modificaciones pertinentes, éste se convertirá en el proyecto de aplicación profesionalizante (tesis), y se vinculará en una de las LDP's.
- Para la selección de la empresa u organización en la que el estudiante habrá de desarrollar su proyecto, podrá optar por alguna que tenga convenio con la UCOL, o bien, otra que el estudiante gestionará por sí mismo.

Respecto a las materias en las que el maestrante deberá trabajar en su proyecto de aplicación profesionalizante (tesis), la calificación de éstas será determinada en conjunto por el asesor de contenido, el asesor de metodología y el revisor.

En la materia de ***Estadística aplicada a los Negocios*** el estudiante deberá adquirir los conocimientos estadísticos necesarios para el diseño de instrumentos de recolección de datos, tales como los cuestionarios, las encuestas, el uso de escalas, técnicas multivariantes, medidas de tendencia central y dispersión, etc. Es decir podrá hacer uso de las herramientas estadísticas asistidas por software para el procesamiento de la información. Esta formación permitirá al estudiante

diseñar apropiadamente los instrumentos a utilizar y prever las estrategias para su posterior análisis, avanzando simultáneamente en el desarrollo de su proyecto.

En la materia de **Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera** el estudiante demostrará el interés por estar a la vanguardia en esta disciplina. Ello implica que son un tema complejo, ya que el entorno en el que funcionan está en constante cambio. En primer lugar, las empresas están constantemente empujando las fronteras del crecimiento económico, la tecnología, la cultura y la política, que también cambia la sociedad global que la rodea y el contexto económico global. En segundo lugar, los factores externos a los negocios internacionales (por ejemplo, la evolución de la ciencia y la tecnología de la información) constantemente obligan a las empresas internacionales a cambiar la forma en que operan. Ejecutar una estrategia existente puede no ser suficiente. Las empresas y los gobiernos deben considerar las oportunidades y riesgos que se presentan por las tendencias en desarrollo. La reducción de las barreras del comercio mundial y los intercambios tecnológicos, de transporte e información, han hecho que los negocios se fundan en un enorme mercado único.

En **Seminario de proyecto empresarial I, II y III**, el estudiante continuará desarrollando su proyecto obteniendo avances del 50, 75 y 100% respectivamente; todo ello supervisado por el catedrático de la materia (asesor de metodología) así como por su asesor de contenido y su revisor, con la finalidad de concluir con este documento en tiempo y forma.

En la calificación de las tres materias de Seminario se tomará en cuenta la evaluación que hagan el docente y los asesores sobre el avance presentado, con respecto al cronograma del proyecto, conforme a lo señalado en el artículo 87 del REP.

En relación a las materias optativas existen 28 de ellas, tienen como objetivo profundizar en el estudio de las diversas funciones que se requieren para trabajar con grupos humanos tendientes a lograr propósitos organizacionales, de tal manera que se puedan desarrollar procesos novedosos tanto en el ámbito

empresarial y organizacional partiendo de la óptica de la competitividad de las organizaciones. A través de estas asignaturas se busca la formación y actualización de los profesionales en las líneas que comprende este plan de estudios, tanto en el ámbito de los negocios internacionales, así como en la gestión aduanera.

Del total de materias optativas, el estudiante deberá cursar 10; la primera la llevará en primer semestre, tres más durante el segundo, tres más en tercero y las últimas tres en cuarto semestre; la optatividad otorgan flexibilidad al programa, ya que pueden ser seleccionadas por los alumnos en función de su interés particular, bajo la orientación del coordinador del programa, así como los asesores de contenido con el propósito de enriquecer su proyecto de aplicación profesionalizante (tesis).

Por tanto, al inicio del primer semestre, el alumno y su asesor, con el visto bueno de la CPP, seleccionarán las materias optativas que habrá de cursar. El número mínimo de maestrantes para abrir una materia optativa es de 5 alumnos. En caso de que exista un número menor de interesados, la apertura de la materia optativa quedará sujeta a la aprobación de la CPP.

De acuerdo a lo anterior, el alumno podrá cambiar las optativas durante su formación bajo la autorización del Comité Académico, esto puede llevarse a cabo en función del proyecto que el maestrante desarrolle a lo largo del programa.

Para el desarrollo de su proyecto, el Comité Académico asignará a cada maestrante un asesor de contenido y un revisor, a partir de las sugerencias del mismo maestrante. Una vez terminado tal proyecto será el medio para obtener el grado de master.

El número máximo de materias optativas que el estudiante podrá cursar en un semestre es: una para el primer semestre y tres en cada uno de los semestres restantes que dura el programa de posgrado.

El proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) debe contener al menos los siguientes apartados:

1. Descripción de la empresa
2. Método de investigación a aplicar
3. Desarrollo capitular
4. Conclusiones y/o recomendaciones
5. Bibliografía
6. Anexos

12.1. Operatividad del programa

En este programa se integran esfuerzos humanos e infraestructura física de la Escuela de Comercio Exterior, disponible para los estudiantes y docentes considerando las necesidades académicas.

El programa se rige por el REP de la UCOL, sus normas complementarias y los lineamientos internos establecidos por la Dirección General de Educación Superior.

El programa tiene como sede la Escuela de Comercio Exterior de la UCOL, ubicada en el campus “Las Garzas”.

Se formará una Comisión de Posgrado en el plantel, conformada por el director de la facultad, el coordinador de posgrado, dos profesores de tiempo completo y un estudiante electo por sus compañeros, los cuales atenderán las diversas situaciones inherentes a su sede, conforme a lo establecido en el REP.

Los integrantes de dicha comisión se reunirán antes del inicio de cada semestre, para planificar el desarrollo de las actividades académicas conjuntas y aquellas otras en las que sea necesaria contar con la apropiada coordinación: propuesta de la planta académica (atendiendo a las cargas docentes en especial de los PTC), designación de asesores, organización del coloquio generacional, etc.

El coloquio generacional es un evento planeado para presentar los avances de los proyecto de aplicación profesionalizante (tesis) de los maestrantes; el cual se llevará a cabo posterior al fin de cursos de cada generación (aproximadamente en el mes de Junio). Por lo tanto, el maestrante presentará los resultados del

proyecto al finalizar la Maestría y también como parte de la materia de Desarrollo de Proyecto Empresarial III.

Se mantendrán las siguientes políticas en los procesos de postulación del profesorado a participar en cada una de las asignaturas del programa.

- En la asignación de las cargas académicas, el Director, en conjunto con el Coordinador de Posgrado, deberán darle prioridad a los PTC para la participación en el programa de MDCCI.
- La apertura de asignaturas optativas estará condicionada a la demanda de al menos 5 estudiantes.
- La incorporación o desincorporación de profesores en el núcleo académico básico, deberá hacerse por acuerdo de la CPP.

12.2. Materias del programa

Las materias obligatorias del programa son las siguientes:

Tabla No. 7: Materias obligatorias

1	Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales
2	Estadística aplicada a los negocios
3	Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera
4	Seminario de proyecto empresarial I
5	Seminario de proyecto empresarial II
6	Seminario de proyecto empresarial III

Fuente: Elaboración propia

El listado de cursos optativos puede observarse en la Tabla 8.

Tabla No. 8: Materias optativas y línea de desarrollo profesional a la que pertenecen

	Nombre de la materia	LDP's
01	Técnicas y estrategias para Investigación de mercados internacionales	LDP 1: Estudio sobre el impacto del comercio internacional en las organizaciones
02	Marco jurídico de los negocios internacionales	
03	Multiculturalidad en las negociaciones internacionales	
04	Desarrollo de habilidades directivas y perspectivas globales	
05	Inteligencia financiera en los negocios internacionales	
06	Administración de la mercadotecnia internacional para el fomento de la competitividad	
06	Administración estratégica en los negocios internacionales	
07	Métodos cuantitativos en la cadena de suministro	
09	Gestión de almacenes e inventarios	
10	Empaque, envase y embalaje en el entorno global	
11	Responsabilidad corporativa en los negocios	
12	Gestión Logística del transporte multimodal	
13	Administración financiera corporativa	
14	Seminario de plan de negocios internacionales	
		Ambas líneas LDP1/LPD2
15	Acuerdos, tratados y organismos en el comercio internacional	
16	Taller de simuladores empresariales	
17	Competitividad e innovación en el uso de las TIC's	
18	Taller de Comercio electrónico en un mercado global	LDP 2: Estudio de las implicaciones y procedimientos del sistema aduanero mexicano
19	Sistema aduanero internacional	
20	Marco Jurídico del despacho aduanero	
21	Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías	
22	Valoración aduanera y contribuciones del comercio exterior	
23	Regímenes aduaneros	
24	Procedimientos administrativos en materia aduanera	
25	Medios de impugnación en materia aduanera	
26	Aplicaciones del código fiscal en materia aduanera	
27	Contratos y pagos internacionales	
28	Tópicos selectos en comercio internacional	

Fuente: Elaboración propia

13. MAPA CURRICULAR

Cuadro 1. Mapa curricular de la Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional

Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales	Seminario de proyecto empresarial I	Seminario de proyecto empresarial II	Seminario de proyecto empresarial III
Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera	Optativa	Optativa	Optativa
Estadística aplicada a los negocios	Optativa	Optativa	Optativa
Optativa	Optativa	Optativa	Optativa

Tabla 9. Relación de horas HCA y HTI***

CLAVE	ASIGNATURAS	HCA*	HTI**	Total HRS.	Total de créditos
OBLIGATORIAS					
01	Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales	32	64	96	6
02	Estadística aplicada a los negocios	32	32	64	4
03	Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera	32	32	64	4
04	Seminario de proyecto empresarial I	32	96	128	8
05	Seminario de proyecto empresarial II	32	96	128	8
06	Seminario de proyecto empresarial III	32	96	128	8
OPTATIVAS					
07	Técnicas y estrategias para Investigación de mercados internacionales	32	32	64	4
08	Marco jurídico de los negocios internacionales	32	32	64	4
09	Acuerdos, tratados y organismos en el comercio internacional	32	32	64	4
10	Competitividad e innovación en el uso de las TIC's	32	32	64	4
11	Multiculturalidad en las negociaciones internacionales	32	32	64	4
12	Inteligencia financiera en los negocios internacionales	32	32	64	4
13	Administración de la mercadotecnia internacional para el fomento de la competitividad	32	32	64	4
14	Seminario de plan de negocios internacionales	32	32	64	4
15	Desarrollo de habilidades directivas y perspectivas globales	32	32	64	4
16	Administración estratégica en los negocios internacionales	32	32	64	4
17	Empaque, envase y embalaje en el entorno global	32	32	64	4
18	Administración financiera corporativa	32	32	64	4
19	Taller de simuladores empresariales	32	32	64	4
20	Responsabilidad corporativa en los negocios	32	32	64	4
21	Métodos cuantitativos en la cadena de suministro	32	32	64	4
22	Gestión logística del transporte multimodal	32	32	64	4
23	Gestión de almacenes e inventarios	32	32	64	4
24	Taller de comercio electrónico en un mercado global	32	32	64	4
25	Sistema aduanero internacional	32	32	64	4
26	Marco jurídico del despacho aduanero	32	32	64	4
27	Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías	32	32	64	4
28	Valoración aduanera y contribuciones del comercio exterior	32	32	64	4
29	Regímenes aduaneros	32	32	64	4
30	Procedimientos administrativos en materia aduanera	32	32	64	4
31	Medios de impugnación en materia aduanera	32	32	64	4
32	Aplicaciones del código fiscal en materia aduanera	32	32	64	4
33	Contratos y pagos internacionales	32	32	64	4
34	Tópicos selectos en comercio internacional	32	32	64	4

Fuente: Elaboración propia

Créditos de asignaturas obligatorias: 38

Créditos de asignaturas optativas: 40

Créditos requeridos para la aprobación del programa: 78.

* HCA: Horas bajo la conducción de un académico

** HTI: Horas de trabajo independiente

*** Cada hora de actividad de aprendizaje equivale a 0.0625 de crédito (Art.14, Acuerdo 279 SEP).

14. PROGRAMAS DE ASIGNATURA: OBLIGATORIAS Y OPTATIVAS



14. 1 ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Herramientas para la elaboración de proyectos empresariales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
6	96		32		64		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:	X	Optativa:					
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas	X	Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Al concluir la materia, el alumno deberá definir el protocolo de su proyecto empresarial relacionado con las líneas de desarrollo profesional (LDP), para iniciar el trabajo que le lleve a obtener el grado académico de maestro en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional, utilizando la metodología para la elaboración del esquema y agenda de trabajo, considerando las técnicas, instrumentos y métodos utilizados en las áreas económico-administrativas y dentro del marco del reglamento vigente de estudios de la Dirección General de Educación Superior de la Universidad de Colima.							
Contenidos							
Unidad 1. Lineamientos para elaboración del protocolo del proyectos empresarial Unidad 2. Base de datos Unidad 3. Elaboración del protocolo: delimitación del tema							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor sobre la mecánica del simulador - Análisis grupal sobre el desempeño de cada equipo							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando cuatro de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Protocolo terminado.....30%
- Participación en foro.....30%
- Planeación de su trabajo de investigación (Grafica de Gantt).....20%
- Trabajo extra clase.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Cárdenas T. F. (2006). Proyectos turísticos: localización e inversión/ Fabio Cárdenas Tabares. 2 México : Trillas
- Erossa M. V. E. (2000). Proyectos de inversión en ingeniería: (su metodología) / Victoria Eugenia Erossa Martín. 1 México : Limusa ; Noriega
- Hernández H. A. (2001). Formulación y evaluación de proyectos de inversión para principiantes/ Abraham Hernández Hernández . México : Thomson Learning
- Hernández H. A. (2005). Formulación y evaluación de proyectos de inversión / Abraham Hernández Hernández, Abraham Hernández Villalobos, Alejandro Hernández Suárez. 5 México : International Thomson Editores: Gengage Learning

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Jazmín, S. A. (2003). Mapas mentales. Alfaomega.
- Bussines policy game. (1998). Sistema de decisiones empresariales: McGraw-Hill. México
- Compite. (2004) EMPRESA- El Simulador de Negocios, Secretaría de Economía, TSUNAMI, www.tsunamimedia.com- ORT- México www.ort.org.mx
- Michelsen Consulting. (2010). SBA Strategic Business Administration, Area 3, www.area3.com.mx

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Estadística aplicada a los negocios							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:	X	Optativa:					
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Que los alumnos se familiaricen con las técnicas, herramientas y métodos usados para el tratamiento y análisis de datos, que permitan el manejo de herramientas como Excel, Minitab o PASW Statistics que albergan múltiples posibilidades como son planificar y realizar actividades de marketing más eficaces, analizar estadísticos descriptivos, correlaciones, regresiones, clasificar, reducción de dimensiones, análisis de fiabilidad, pruebas no paramétricas y análisis de respuestas múltiples.							
Contenidos							
Unidad 1. Análisis de datos en las empresas Unidad 2. Probabilidad y distribuciones de probabilidad Unidad 3. Muestreo y distribuciones de muestreo Unidad 4. Pruebas de hipótesis y pruebas no paramétricas Unidad 5. Técnicas multivariantes							
Estrategias didácticas							
El desarrollo del curso se sugiere a través de las siguientes técnicas: - Exposición del profesor y alumnos - Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Elaboración de casos prácticos							

- Dinámicas grupales

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando cuatro de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Proyecto30%
- Realización de ejercicios prácticos.....20%
- Exámenes (escrito y práctico).....30%
- Exposición.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Berenson, Mark L. (1996). Estadística básica en administración, conceptos y aplicaciones/ Mark L. Berenson, David M. Levine ; Traducción: Ariadne Catalina Domínguez R., A. Homero Flores Samaniego. 2 México : Prentice Hall Hispanoamericana.
- Black, Ken. (2005). Estadística en los negocios : para la toma de decisiones/ Ken Black ; Traducción: Jorge Humberto Romo Muñoz. México : Grupo Patria Cultural
- Johnson, Robert. (2004). Estadística elemental : lo esencial/ Robert Johnson, Patricia Kuby ; Traducción: Hugo Villagómez. 3 México : International Thomson Editores
- Levine, David M. (2006). Estadística para administración / David M. Levine, Timothy C. Krehbiel, Mark L. Berenson ; Traducción: Martha L. González Acosta, Sergio A. Durán Reyes. 4 México : Pearson Educación
- Mason, Robert D. (2000). Estadística para administración y economía/ Robert D. Mason, Douglas A. Lind, William G. Marchal ; Traducción de statistical techniques in business and economies. 10 Mexico : Alfaomega.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Ferrán A.M. (2001). SPSS para Windows. Análisis estadístico. McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U. España.
- Hair, A.T.B. (2004). *Análisis Multivariante*. (5ª ed.). Pearson Educación, S. A. España
- Hayes, B. E. (2009). *Cómo medir la satisfacción del cliente* (2ª ed.). Alfaomega Grupo Editor, S. A. de C. V. México
- J. Kazmier, L. (2006). *Estadística para a administración y economía*. (4ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V. México
- Levin J. y Levin W. (2004). *Fundamentos de estadística en la investigación social*. (2ª ed.).Alfaomega Grupo Editor, S. A. de C. V. México
- Pérez L.C. (2004). *Técnicas de Análisis Multivariante de datos*, Pearson Educación, S. A. España
- Visauta V.B. y Martori J.C. (2003). *Análisis estadístico con SPSS para Windows. Volumen II. Estadística multivariante*. (2ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U. España
- Weiers R.M. (1986). *Investigación de Mercado*, Prentice Hall Inc. México.
- De la Horra N. J. (2003). Estadística Aplicada (3ª ed.). Ediciones Díaz de Santos, S. A. España.
- Lind, A.D. Marchal, G.W. y Mason, D.R. (2004). Estadística para Administración y Economía. (11ª ed.). Alfaomega Grupo Editor, S. A. de C. V. México
- Peña D. (2002). Análisis de datos multivariantes. McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U. España
- Visauta V.B. (2002). Análisis estadístico con SPSS para Windows. Volumen I. Estadística básica. (2ª ed.). McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U. España

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Tendencias de los negocios internacionales y la gestión aduanera							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:	X	Optativa:					
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al profesionista elementos para que reconozca los conceptos básicos así como la política comercial con respecto al comercio internacional y su relación con el desarrollo y crecimiento del país. Asimismo, tomar la debida conciencia acerca de lo importante que es lograr un desarrollo sostenido e integral del comercio internacional en general y de las exportaciones en particular.							
Contenidos							
Unidad 1. Comercio internacional Unidad 2. Comercio internacional: organismos internacionales unidad 3. Tendencias del comercio internacional							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos cuatro de las competencias señaladas.							

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes..... 30%
- Exposiciones..... 30%
- Reporte de Lecturas..... 20%
- Solución de casos prácticos..... 20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Fratalocchi, A. (2005). Comercio Exterior: Temas fundamentales del comercio internacional de mercaderías. Ediciones Jurídicas Cuyo. México
- García, F.C. (2004). Elementos del comercio exterior: guía para estudiantes y profesionistas. Trillas. México
- Lerma, A. E. (2004). Comercio y Mercadotecnia Internacional: Metodología para la formulación de estudios de competitividad empresarial. Cengage Learning Editores S.A. de C.V. México
- Maubert, C. (2005). Comercio internacional: aspectos operativos, administrativos y financieros. reimpresión. México: Trillas.
- Méndez Ladrón de Guevara, M. (2004). Contribuciones y aprovechamientos derivados del comercio exterior: una alternativa para comercializar con el extranjero. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. México

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Moreno, C.J.A. (2009). Comercio exterior en México. Aspectos prácticos. Realidad y retos actuales. Publicaciones NYCE. México
- OMC. (2013). Factores que determinan el futuro del Comercio. Informe sobre el Comercio Mundial, pp.338

Elaboró: Emanuel López Luna, Aurelio Deniz Guizar, Óscar Adrián Urdiales Castillo,

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Seminario de proyecto empresarial I							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
8	128		32		96		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:	X	Optativa:					
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas	X	Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Elaborar el informe de su proyecto empresarial en las ciencias administrativas que contenga un análisis y discusión de los resultados obtenidos, sustentados en la revisión del marco teórico suficiente.							
Contenidos							
Unidad 1. Diseño de la estructura y lineamientos de la investigación Unidad 2. Fuentes de información Unidad 3. Recolección de datos Unidad 4. Aplicación de las técnicas estadísticas Unidad 5. Análisis e interpretación de resultados							
Estrategias didácticas							
a) Exposición del profesor y alumnos. b) Discusión dirigida. c) Dinámicas grupales. d) Foro. e) Panel.							
Criterios de acreditación de la materia							

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las dos revisiones de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos actividades del proyecto tanto del asesor de contenido como de metodología de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando cuatro de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

Presentará su avance de investigación ante su asesor de contenido, quienes otorgarán hasta el 50% de la calificación de acuerdo a los siguientes criterios:

Documento de investigación:

--Congruencia.....	20%
--Contenido.....	20%
--Ortografía.....	10%
Subtotal.....	50%
El 50% restante lo calificará el titular de la materia:	
--Ilación del trabajo.....	20%
--Metodología.....	20%
--Planeación del trabajo(Gantt).....	10%
Total.....	100%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Booth, C. W. Colomb G.G. y Williams J.M. (2005).Cómo convertirse en un hábil investigador. Gedisa. Barcelona
- Eco, U. (2001). Cómo se hace una tesis. Gedisa. Barcelona
- Hernández S.R., Fernandez C.C. y Baptista L.P. (2010). Fundamentos de metodología de la Investigación. (5ª. Ed.) Mc. Graw Hill. México
- Tamayo y Tamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica. Limusa.
- Zorrilla, S. et al. (1996). Guía para elaborar la tesis. Mc Graw-Hill, Interamericana.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Alves, F. (2003). Triangulating Translation. Perspectives in process oriented research. John Benjamins Publishing Company.
- Cervo, A.L. y Bervian, P.A. (1987). Metodología científica. Mc. Graw-Hill.
- Creswell, J.W. (2002). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications.
- McDougald, D. (2000). 100 More Research Topic Guides for Students. Greenwood Publishing Group, Incorporated
- McNeil, R. (2005). Business to Business Market Research.Kogan Page, Limited

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Seminario de proyecto empresarial II							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
8	128		32		96		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:	X	Optativa:					
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales.. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas	X	Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Elaborar un informe final del proyecto empresarial en una organización (empresa).							
Contenidos							
Unidad 1. Resultados y su discusión unidad 2. Conclusiones							
Estrategias didácticas							
Exposición del profesor y alumnos. Discusión dirigida. Dinámicas grupales.							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las dos revisiones del borrador de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos actividades del proyecto en borrador tanto del asesor de contenido como de metodología de las competencias señaladas. Regular: cuando aprueba con el 70% presentando el borrador con cuatro de las competencias señaladas.							

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

Borrador terminado del documento de investigación

Presentará su avance de investigación ante su asesor de contenido, quienes otorgarán hasta el 50% de la calificación de acuerdo a los siguientes criterios:

Documento de investigación:

--Congruencia.....20%
--Contenido.....20%
--Ortografía.....10%
Subtotal.....50%

El 50% restante lo calificará el titular de la materia:

--Ilación del trabajo.....20%
--Metodología.....20%
--Planeación del trabajo(Gantt).....10%
Total.....100%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Booth C. W., Colomb G.G. y Williams J.M. (2005) Cómo convertirse en un hábil investigador. Gedisa. Barcelona
- Eco, U. (2001). Cómo se hace una tesis. Barcelona: Gedisa.
- Hernández S.R., Fernandez C.C. y Baptista L.P. (2010) Fundamentos de metodología de la Investigación. (5ª. Ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Tamayo y Tamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica.Limusa.
- Zorrilla, S. et al. (1996). Guía para elaborar la tesis. Mc Graw-Hill, Interamericana.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- American Psychological Association (1998) Manual de estilo de publicaciones. (4ª. Ed). El Manual Moderno. México
- Baena, G. (2001). Instrumentos de Investigación. Editores Unidos, S.A
- Baena, P. G. (2001). Manual para elaborar trabajos de investigación. Editores unidos S.A.
- Cervo, A.L. y Bervian, P.A. (1987). Metodología científica. Mc. Graw-Hill.
- Creswell, J.W. (2002). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications
- Alves, F. (2003). Triangulating Translation. Perspectives in process oriented research.John Benjamins Publishing Company.
- McDougald, D. (2000). 100 More Research Topic Guides for Students. Greenwood Publishing Group, Incorporated
- McNeil, R. (2005). Business to Business Market Research.Kogan Page, Limited

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo			
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional			
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior			
Datos de identificación de la materia			
Nombre de la materia: Seminario de proyecto empresarial III			
Valor en créditos	Horas totales de la materia	Horas bajo la conducción de un académico	Horas de trabajo independiente
8	128	32	96
Clasificación de la materia			
Obligatoria:	X	Optativa:	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye			
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales.. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.			
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra			
Éticas profesionales		Integrativas	X
		Instrumentales profesionales	
		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia			
Elaborar un informe final y presentación en un Coloquio del proyecto empresarial de una organización (empresa). Organizado por la escuela o participando con otra institución participando como invitados.			
Contenidos			
Unidad 1. Reporte final del documento de investigación Unidad 2. Liberación y presentación de la investigación			
Estrategias didácticas			
Exposición alumnos. Discusión dirigida. Coloquio.			
Criterios de acreditación de la materia			
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las ocho de los criterios del borrador de las competencias señaladas.			

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos de actividades del proyecto en borrador tanto del asesor de contenido como de metodología de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando el borrador con seis de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

Presentará su avance de investigación ante el panel de en un Coloquio de investigación de proyectos, quienes otorgarán hasta el 50% de la calificación de acuerdo a los siguientes criterios:

Exposición

--Utilización de material didáctico.....	10%
--Dominio del tema.....	20%
--Manejo de su espacio.....	10%
--Dinámicas de exposición.....	10%
Subtotal.....	50%

Documento de investigación

--Congruencia.....	10%
--Coherencia.....	10%
--Ilación.....	20%
--trabajo terminado.....	10%
Total.....	100%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Booth C. W., Colomb G.G. y Williams J.M. (2005). Cómo convertirse en un hábil investigador. Gedisa. Barcelona
- Eco, U. (2001). Cómo se hace una tesis. Barcelona: Gedisa.
- Hernández S.R., Fernández C.C. y Baptista L.P. (2010). Fundamentos de metodología de la Investigación. (5ª. Ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Tamayo y Tamayo, M. (2001). El proceso de la investigación científica, Limusa.
- Zorrilla, S. et al. (1996). Guía para elaborar la tesis. Mc Graw-Hill, Interamericana.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- American Psychological Association (1998). Manual de estilo de publicaciones. (4ª. Ed). El Manual Moderno. México
- Baena, G. (2001). Instrumentos de Investigación. Editores Unidos, S.A.
- Baena, P. G. (2001). Manual para elaborar trabajos de investigación. Editores unidos S.A.
- Cervo, A.L. y Bervian, P.A. (1987). Metodología científica. Mc. Graw-Hill.
- Creswell, J.W. (2002). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. Sage Publications
- Alves, F. (2003). Triangulating Translation. Perspectives in process oriented research. John Benjamins Publishing Company.
- McDougald, D. (2000). 100 More Research Topic Guides for Students. Greenwood Publishing Group, Incorporated
- McNeil, R. (2005). Business to Business Market Research. Kogan Page, Limited.

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz.



14. 2 ASIGNATURAS OPTATIVAS

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Técnicas y estrategias para investigación de mercados internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales.. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al participante las herramientas y habilidades necesarias para la investigación y detección de oportunidades en mercados nacionales e internacionales, permitiéndole tomar decisiones adecuadas y diseñar las estrategias correspondientes.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción: la investigación de mercados unidad 2. El proceso de investigación de mercados unidad 3. Metodología para la evaluación y análisis de mercados internacionales unidad 4. Investigación de mercados exteriores							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas.							



Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos de actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando dos de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....20%
- Reporte de Lecturas.....20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Hernández S.R., Fernandez C.C., y Baptista L. P. (s. f.). Metodología de la investigación (3.a ed.). McGraw Hill. México.
- Lerma K.A.E., y Márquez, C. E. (2010). Comercio y marketing internacional. Cengage Learning. México.
- Mercado H, y Salvador. (2000). Comercio internacional. Limusa : Grupo Noriega. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- D'astous, A., Sanabria T.R., y Sigué, S.P. (2003). Investigación de mercados: una manera de conocer preferencias, comportamientos y tendencias. Grupo editorial Norma. Bogotá
- Ferré T.J. (1997). Investigación de mercados estratégica: cómo utilizar de forma inteligente la información de los estudios de mercado. Ediciones Gestión 2000. Barcelona
- Malhotra, N.K. (2004). Investigación de mercados: un enfoque aplicado. Pearson. México.
- Trespalacios G.J. y Vázquez C.R. (2005). Investigación de mercados: métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Thomson. España.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Marco jurídico de los negocios internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos, generando con ello un incremento en la competitividad de las organizaciones para las que trabaja.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Ofrecer al estudiante las herramientas necesarias para que pueda desenvolverse en el medio profesional de los negocios, con la confianza de manejar el lenguaje jurídico y las capacidades requeridas para llevar a cabo una correcta interpretación del sistema jurídico nacional e internacional lo que conlleva una negociación con una clara certeza jurídica.							
Contenidos							
Unidad 1. Normatividad nacional para el comercio exterior							
Unidad 2. Análisis de la ley aduanera.							
Unidad 3. Ley de comercio exterior.							
Unidad 4. Infracciones y sanciones; procedimientos administrativos y medios de defensa relacionados en materia aduanera.							
Estrategias didácticas							
Exposición del profesor y alumnos. Lecturas y Discusión dirigida Trabajo colaborativo Solución y discusión de casos y ejercicios variados Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos de actividades de las competencias señaladas. Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.							

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones.....20%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos.....30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Mercado, H. S. (1998) *Comercio Internacional I y II. México*. Limosa. México.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley de Comercio Exterior.
- Ley Aduanera y su Reglamento.
- Ley para Regular la Inversión Extranjera.
- Ley del Impuesto General de Importaciones y Exportaciones.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Colaicovo, J. (1998). *Negociación y Contratación Internacional*. Macchi. Buenos Aires.
- Pérez, M.R. (1998). *Propiedad Industrial y Competencia Económica en México*. Porrúa. México.
- Quintana, A. E. (1999). *El Comercio Exterior de México*. Porrúa. México.
- Sepúlveda, C. (2000). *Derecho Internacional*. Porrúa. México.
- Treviño, G.R. (2000). *Contrato Civiles y sus Generalidades*. Font. México
- Witker, J. (1998). *El Tratado de Libre Comercio de América del Norte*.
- Acosta, R.M. (1998). *Derecho Administrativo Parte General*. Porrúa, México.
- México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Rojina V.R. (2000). *Compendio de Derecho Civil, tomo 3*. Porrúa. México.
- Schetino, M. (1998). *Tratado de Libre Comercio*. Grupo Editorial Iberoamericano. México.
- Witker, J. (1998). *Comercio Exterior de México*. Mc. Graw Hill. México.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Acuerdos, tratados y organismos en el comercio internacional							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos, generando con ello un incremento en la competitividad de las organizaciones para las que trabaja. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Fortalecer las capacidades técnicas de los alumnos del posgrado en el campo técnico y normativo del acuerdo, tratados y organismos internacionales que rigen la tendencia del comercio, y que establecen la pauta para organizar el comercio en el mundo y en cada una de las regiones del mismo.							
Contenidos							
Unidad 1. Estructura y regulación jurídica de los tratados en México. Unidad 2. Estructura del comercio internacional. Unidad 3. Tratados de libre comercio con México. Unidad 4. Instrumentos regulatorios del comercio internacional. Unidad 5. Mecanismos de solución de controversias.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....30%
- Exposiciones.....30%
- Reporte de Lecturas.....20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Garrido, F. F. (1997). Tratado de derecho administrativo. Tecno. Madrid.
- Nava N.A. (2001). Derecho administrativo mexicano. FCE. México.
- Serra, R. A. (2009). Derecho Administrativo, Porrúa. México.
- Witker, J. (2008). Comercio Exterior de México. Marco Jurídico y operativo. McGraw-Hill. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Delgadillo, G. L. H. y Espinosa L. (2004). *Compendio de derecho administrativo*. (4.^a ed.). Porrúa. México.
- Kozolchyk, B. (2004). *El derecho comercial ante el libre comercio y el desarrollo económico*. McGraw-Hill. México.
- Rhode, P.A. (2005). *Tratados internacionales*. Porrúa. México.
- Sánchez, G. N. (2005). *Primer curso de derecho administrativo*. Porrúa. México.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Competitividad e innovación en el uso de las TIC's							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Analizar las TIC y sus aplicaciones en los negocios internacionales, así como, las herramientas para seleccionar la tecnología adecuada y resolver problemas del ámbito empresarial a través del análisis de las principales características de la tecnología existente.							
Contenidos							
Unidad 1. Fundamentos de las tecnologías de información y los negocios internacionales. Unidad 2. Sistemas de localización y comunicación. Unidad 3. La empresa en la web y diferentes software. Unidad 4. Los negocios internacionales y los sistemas de apoyo. Unidad 5. Aplicaciones de las tic's en el ámbito empresarial.							
Estrategias didácticas							
- Exposiciones. - Aplicación de conceptos teóricos a situaciones prácticas. - Lecturas complementarias. - Plataforma educ (Plataforma de la Universidad de Colima) - Trabajos en equipo utilizando herramientas tecnológicas Foros, Simuladores							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos de actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando dos de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Evaluación continua40%
- Proyecto practico de un portafolio electrónico40%
- Examen online20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Deming W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis* / W. Edwards Deming ; Versión española por: Jesús Nicolau Medina, Mercedes Gozalbes Ballester. 1 Madrid, España : Eds. Díaz de Santos
- Hitt M. A. (2004). *Administración estratégica : competitividad y conceptos de globalización/* Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson ; Traducción: Pilar Mascaró Sacristán. 5 México : International Thomson
- Kenneth C. L. y Jane P. L. (2012). *Sistemas de Información Gerencial*. (12 ed.). Pearson Educación. México.
- Kenneth C. L. y Carol G. T. (2012). *E-COMMERCE Business. Technology . Society*. (8 ed.). Pearson Educación.. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Belch, M. (2004). *Publicidad y promoción, perspectiva de la comunicación integral del marketing*. (6a. Ed.) Mc Graw Hill. México. 9789701046807
- Fernando M. D. (2011). *Marketing con redes sociales (Guías Prácticas)*. Anaya. México.
- Gomez, V. A y Suárez, R. C.(año). *Sistemas de Información Herramientas prácticas para la Gestión*. (3 ed.).
- Javier E. A. (2011). *Vender en Internet. Las claves del éxito*. Anaya. México.
- Kaplan, S. R. y Norton, D. P. (2012). *El cuadro de mando integral*. (3ra. Ed.) Harvard business. USA.
- *Contenidos Digitales. Nuevos Modelos de Distribución*, Madrid, (2006). Fecha de consulta : 20 de enero de 2014. Obtenido de: http://observatorio.red.es/gapitel/archivos/ContenidosDigitales_final.pdf.
- Berbel G. y Capillas R. (2002). *Gestión de la relación con las personas en la web: VRM y CRM. Editorial y pais de impresion*.
- Fumero, A. y Saez V. F. (2006). "Blogs. En la vanguardia de la nueva generación web", Novática, Núm. 183, Madrid.
- Lasica, J.D. (2006) *La guerra de las multinacionales contra la generación digital y el futuro de los medios digitales*. Nowtilus. Madrid.
- Liberos E. et. al. *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital*. 1ª. edicion. Fecha de consulta : 20 de enero de 2014. Obtenido de: <http://books.google.com.mx/books?id=vKUefpQYvZkC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- Liberos E. et. al. *El libro del Comercio Electrónico*. 2ª edicion. Fecha de consulta : 20 de enero de 2014 . Obtenido : <http://books.google.com.mx/books?id=M0ubdWt1sc4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>.
- TheCocktailAnalysis, "Televidente 2.0. Presente y Futuro de la oferta de televisión a través de Internet y el teléfono móvil", Medrid, 2006, <http://www.the-cocktail.com/docs/2006%20THECOCKTAIL%20Televidente%202.pdf>
- Villajuana, C. (2010). *Cómo Tejer el Balanced ScoreCard*. Universidad ESAN. Péru.
- TheCocktailAnalysis, "Televidente 2.0. Presente y Futuro de la oferta de televisión a través de Internet y el teléfono móvil", Medrid, 2006, <http://www.the-cocktail.com/docs/2006%20THECOCKTAIL%20Televidente%202.pdf>
- Villajuana, C. (2010). *Cómo Tejer el Balanced ScoreCard*. Universidad ESAN. Péru.

Elaboró: Sergio Felipe López Jiménez, Christian Edgar Velázquez Olguín, .

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Multiculturalidad en las negociaciones internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Dirige equipos interdisciplinarios que trabajen en proyectos de negociación internacional para lograr una mejora continua en las organizaciones y favorecer así el incremento en las utilidades de las mismas.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas	X	Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Desarrollar la habilidad negociadora con una perspectiva internacional mediante la resolución de casos, tomando como base el estudio de la comunicación intercultural y el manejo de técnicas de negociación eficaz. La filosofía de ganar-ganar. Negociación integrativa. Negociación distributiva. Estudio de relaciones de poder y relevancia del negocio. El proceso de negociación. El debate como herramienta de desarrollo de pensamiento crítico.							
Contenidos							
Unidad 1. La negociación: conceptos básicos. Unidad 2. Fases de la negociación. Unidad 3. Las personas. Unidad 4. Comunicación efectiva en la negociación. Unidad 5. Modelo básico de negociación: estilos de negociación.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							



Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos de actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones30%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Fisher, R. y Ury W. (2007). *El arte de negociar sin ceder*, editorial CECSA.México.
- Munduate J. L. y Medina D. F.J. (coord.) (2005) *Gestión del conflicto, negociación y mediación*. Pirámide. Madrid
- Lewicki, Roy J., Negotiation / Roy J. Lewicke, David M. Saunders, Bruce Barry., 5th ed., Boston, Mass. : McGraw-Hill, 2006, Massachusetts, 2006, eng, [0072973072 (paper alcalino)], [0071244603 (Ed. International)]
- Ovejero B.A. (2004). *Técnicas de negociación: cómo negociar eficaz y exitosamente*, Mc Graw Hill, España
- Ponti, F. (2002). *Los caminos de la negociación*, ediciones Granica, España.
- Van-der Hofstadt R.C.J. (2003). *El libro de las habilidades de comunicación*. Díaz de Santos.
- Winkler, J. (2004). *Como negociar para mejorar resultados*. Ediciones Deusto. Barcelona.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Bazerman M. y Neale M. (2000). *La Negociación Racional en un mundo Irracional*. (8ª edición). Ediciones Paidós, Empresa 20. Barcelona.
- Fernando y Martínez R. (2001) *Técnicas de negociación: un método práctico*, Esic editorial, España.
- Fisher, R., Ury, W. y Patton, B. (2005). *"Obtenga el SI, el arte de negociar sin ceder"*. (10ª edición).Gestión 2000. Barcelona.
- Harvard Business Essentials. (2004), *Enfoques y conceptos para avanzar negociación*, ediciones Deusto, España.
- Hernández A.D. (2008). *Simulación y técnicas de negociación en disco compacto, departamento de administración*, CUCEA, México.
- Kennedy G. y Benson J. M. (1990). *Cómo negociar con éxito*, Ed. Deusto. Bilbao.
- Mandey, A. (2002). *La magia de negociar*, editorial Grijalbo, México.
- Negotiation : readings, exercises, and cases / [edited by] Roy J. Lewicki, Bruce Barry, David M. Saunders., 5a ed., Boston : McGraw-Hill/Irwin, c2007., , [0072973102 (alk. paper)]
- Nierenberg, G.I. (2006) *El negociador completo*, editorial Limusa, México.
- Rodríguez E. M. (2005). *Técnicas de negociación*, editorial Mc Graw Hill, México.
- Schoonmaker, A. N. (2006). *Negocie y gane*, editorial Norma, México.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, José Emmanuel López Luna

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Inteligencia financiera en los negocios internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Conocer, comprender y desarrollar el concepto de inteligencia financiera con la finalidad de generar y asignar recursos de forma eficaz, así como resolver o evitar los diferentes problemas que se presentan en la operación habitual de los negocios internacionales que se estén llevando a cabo.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción y conceptos básicos. Unidad 2. Procedimientos de cambio de moneda. Unidad 3. Determinación de los tipos de cambio. Unidad 4. Administración del riesgo cambiario. Unidad 5. Inversiones y financiamientos internacionales.							
Estrategias didácticas							
Exposición del profesor y alumnos. Discusión dirigida Trabajo colaborativo Elaboración de tareas y ejercicios variados							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							



Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos dos actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....30%
- Tareas.....30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Brealey R. A. (2004). Fundamentos de finanzas corporativas/ Richard A. Brealey, Stewart C. Myers, Alan J. Marcus ; traducción Alejandro Jockl Rueda.
- Eiteman D. K. (2011). Las finanzas en las empresas multinacionales / David K. Eiteman, Arthut I. Stonehill, Michael H. Moffett ; traducción María del Pilar Carril Villarreal, Jaime Gómez Mont Araiza. 12 México : Pearson Educación
- Levi M. (2009). *Finanzas internacionales*. (5ª ed.). McGraw-Hill. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Eun C. y Resnick, B. (2011). *International Financial Management* (6ª ed.). McGraw-Hill. Estados Unidos.
- Hull J. (2011). *Options, futures and other derivatives* (8ª ed.). McGraw-Hill. Estados Unidos.
- Levich R. (2001). *International Financial Markets: Prices and policies*. McGraw-Hill. Estados Unidos.

Elaboró: José Emmanuel López Luna, Ariel Gutiérrez Ortiz, Manuel Rubio Maldonado

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Administración de la mercadotecnia internacional para el fomento de la competitividad							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
El alumno será capaz de desarrollar estrategias de mercados orientadas a la entrada en los mercados internacionales; a través del análisis de los entornos económico, político, legal y cultural así como de la adaptación de las mezclas de mercadotecnia.							
Contenidos							
Unidad 1. Definición de marketing y del proceso Unidad 2. Mezcla de marketing Unidad 3. El mercadotecnia global Unidad 4. Dinámica del comercio mundial Unidad 5. Programas de mercadotecnia global							
Estrategias didácticas							
investigación y exposición complementaria por los alumnos, resolución de casos, elaboración de proyecto, discusión dirigida.							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas.							



Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Continua y por rúbrica20%
- Realización de casos prácticos, exposición e interrogación20%
- Proyecto30%
- Trabajos de investigación20%
- Elaboración de ensayos10%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Onkvisit. S.S. (2008). *International Marketing:Strategy and Theory*. Taylor and Francis Inc. U.S.A

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Czinkota, M.I. (2009) *International Marketing*. Cengage Learning. U.S.A.
- Keegan, W. G. M. (2010). *Global Marketing*. Prentice Hall. U.S.A
- Kerin, R. H.S. y Rudelius, W. (2009).*Marketing*: Mc Graw Hill. México.
- Kotler, P. y Armstrong G. (2008).*Fundamentos de Marketing*. Pearson. México
- Lana, D.N. (2009).*International Marketing*.,Cengage Learning. U.S.A.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, Ariel Gutiérrez Ortiz

Datos de identificación del programa educativo															
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional															
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior															
Datos de identificación de la materia															
Nombre de la materia: Seminario de plan de negocios internacionales															
Valor en créditos		Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente									
6		96		32		64									
Clasificación de la materia															
Obligatoria:				Optativa:		x									
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye															
Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables. Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales.. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos. Desarrolla un espíritu emprendedor con la finalidad de lograr un trabajo de calidad en el contexto nacional e internacional a través de la elaboración de proyectos innovadores.															
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra															
Éticas profesionales				Integrativas		X		Instrumentales profesionales				Teórico-conceptuales			
Propósito general de la materia															
Desarrollar en los estudiantes la capacidad de diseño y planeación de los proyectos que han de llevar a las organizaciones en las cuales colaboran, a niveles superiores de ventaja competitiva y de creación de valor, identificando el factor de riesgo en la evaluación de proyectos internacionales e incorporarlos dentro del análisis económico financiero.															
Contenidos															
Unidad 1. La creatividad y el emprendedor.															
Unidad 2. Elementos y conceptos de la administración de proyectos.															
Unidad 3. Estudio de mercado.															
Unidad 4. Estudio técnico .															
Unidad 5. Estudio administrativo.															
Unidad 6. Estudio financiero.															
Unidad 7. Evaluar la factibilidad del proyecto de inversión utilizando.															
Estrategias didácticas															

- Exposición del profesor y alumnos.
- Discusión dirigida y trabajo colaborativo
- Elaboración de tareas y ejercicios variados
- Dinámicas grupales
- Presentación al resto del grupo del proyecto final

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones30%
- Investigación de campo30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Alcaraz, R. R. (2006). *El Emprendedor de éxito* (3a.ed. ed.). Mc Graw Hill. México.
- Baca U. G. (2006). *Evaluación de proyectos* (5ª Ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Bu, R. C. (1999). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión*. Limusa. México.
- Coss B.R. (2001). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión* (2ª Ed.). Limusa, Grupo Noriega editores. México.
- Díaz M.A. (2004). *Matemáticas financieras* (5ª Ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Fisher de la V.L. (2004). *Mercadotecnia*. (4ª Ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Morales, C.J. y Morales C.A. (2003). *Proyectos de inversión en la práctica*. Gasca. México.
- Sapac C.N. y Sapac C.R. (2000) *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Fonep. *Guía para la formulación y evaluación de proyectos de inversión*.
- Long, D. (2006). *Logística internacional. administración de la cadena de abastecimiento global*. Limusa, Grupo Noriega editores. México.
- Sapoag C. y Sapag I. (2000). *Preparación y evaluación de proyectos productivos*. Editorial Mc Graw Hill. México. www.bancomext.com – Banco Nacional de Comercio Exterior.
- www.banxico.org.mx – Banco de México.
- www.buyusa.gov – Servicio Comercial de Estados Unidos.
- www.caaarem.org.mx – Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana.
- www.certimexsc.com – Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos.
- www.comerciojusto.com.mx – Comercio justo México.
- www.diputados.gob.mx – Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.
- www.economia.gob.mx – Secretaría de Economía.
- www.economia-noms.gob.mx – Normas Oficiales Mexicanas (Secretaría de Economía).
- www.economia-snci.gob.mx – negociaciones Comerciales Internacionales (Secretaría de Economía),
- www.explorandomexico.com.mx – Portal interactivo y dinámico que expone información relevante de México.
- www.fao.org – Organización de agricultura y alimentación.
- www.promexico.gob.mx – Organismo Federal encargado de fortalecer la participación de México en la economía internacional.



- www.transfairusa.org – Comercio justo Estados Unidos.
- www.iapcr.com/soft/finpack.htm

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, José Emmanuel López Luna, Manuel Rubio Maldonado

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Desarrollo de habilidades directivas y perspectivas globales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables. Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación. Desarrolla la autonomía para el aprendizaje, así como la capacidad para tomar decisiones con la finalidad de coadyuvar al crecimiento y mejora continua del clima laboral. Dirige equipos interdisciplinarios que trabajen en proyectos de negociación internacional para lograr una mejora continua en las organizaciones y favorecer así el incremento en las utilidades de las mismas. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al profesionista los conceptos de liderazgo, negociación y comunicación organizacional con la finalidad de que desarrolle habilidades que le permitan ser un directivo exitoso.							
Contenidos							
Unidad 1. El papel del directivo como estrategia. Unidad 2. Estrategias e impulsos estratégicos. Unidad 3. Negociaciones, confrontaciones y manejo de conflictos. Unidad 4. Cultura organizacional. Unidad 5. Comunicación dentro de las organizaciones. Unidad 6. Estilos de dirección.							

Estrategias didácticas

- Exposición del profesor y alumnos.
- Lecturas y Discusión dirigida
- Trabajo colaborativo
- Solución y discusión de casos y ejercicios variados
- Dinámicas grupales

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....20%
- Reporte de Lecturas.....20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Daniels, J.D., Radebaugh, L.H. y Sullivan, D.P. (2012). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. Prentice Hall. México.
- Hill, C.W.L., (2011), *Negocios internacionales: competencia en el mercado global*. McGraw-Hill. México.
- Munduate J.L. y Medina D.F.J. (coord.) (2005) *Gestión del conflicto, negociación y mediación*. Pirámide. Madrid
- Van-der Hofstadt R.C.J. (2003). *El libro de las habilidades de comunicación*. Díaz de Santos.
- Vázquez, R.L. (2006), *Habilidades directivas y técnicas de liderazgo: su aplicación en la gestión de grupos de trabajo*. Ideaspropias. España.
- Whetten, D. y Camerón, K.S. (2007). *Desarrollo de habilidades directivas*. Pearson. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Bazerman, M. y Neale, M. (2000). *La Negociación Racional en un mundo Irracional*. (8ª edición).Ediciones Paidós, Empresa 20. Barcelona.
- Nierenberg, G.I. (2006) *El negociador completo*.Limusa. México.
- Rugman, A.M. y Hodgetts, R.M. (1997), *Negocios internacionales: un enfoque de administración estratégica*. McGraw-Hill. México.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, Ramón Medina Gallegos

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Administración estratégica en los negocios internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:		X			
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla las organizaciones corporativas del comercio internacional de la República Mexicana a través de la formulación y evaluación de proyectos.. Dirige equipos interdisciplinarios que trabajen en proyectos de negociación internacional para lograr una mejora continua en las organizaciones y favorecer así el incremento en las utilidades de las mismas. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas	X	Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Desarrollar competencias para realizar estrategias de negocios, comercialización, e inversión, analizando los aspectos político, económico, social y cultural en el ámbito nacional e internacional.							
Contenidos							
Unidad 1. Globalización y negocios . Unidad 2. Los negocios internacionales. Unidad 3. Fuentes de información la empresa internacional y los negocios globales. Unidad 4. Fuentes de información estrategias globales de mercadotecnia. Unidad 5. Fuentes de información estrategias de recursos humanos. Unidad 6. Fuentes de información estrategias de la organización.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del alumno - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos los cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones20%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Aaker, D.A. y Day, G. S. (1989), *Investigación de mercados*. McGraw-Hill. México.
- Cateora P. R. (1995), *Marketing internacional*. (8ª. ed).Mc Graw Hill. México.
- Cateora P. R. y L. Gaham J. (1999), *Marketing Internacional*, (10ª ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Czinkota, M. R. y Ronkainen, I. A. (2008), *Marketing Internacional*, (8ª. Edición), Cengage Learning.
- Daniels, J.D., Radebaugh, L.H. y Sullivan, D. P.(2012), *Negocios internacionales: ambientes y operaciones*. Prentice Hall. México.
- Hill, Charles W. L. (2011), *Negocios internacionales: competencia en el mercado global*, McGraw-Hill. México.
- Malhotra, N.K.(2004). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. Prentice Hall. México.
- Mankiw, N. Gregory, (2009), *Principios de economía*, México, Cengage Learning.
- Rugman, A. M. y Hodgetts, R. M. (1997), *Negocios internacionales: un enfoque de administración estratégica*. McGraw-Hill. México.
- Van Horne, James C. y Wachowicz, John, M., (2002), *Fundamentos de administración financiera*, México, Prentice Hall.
- Warren J. K. y Mark C. G. (2011), *Global Marketing* (6ª. Edición), Pearson.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Gitman, Lawrence J., (2000), *Fundamentos de administración financiera*, México, Pearson Educación.
- Lee, Hyun-Sook, (2008), *Marketing internacional: teoría y 50 casos*, México, Cengage Learning
- Onkvisit, S. y Shaw, J. J. (2009). *International Marketing: Strategy and theory*, (5a. edición), Routledge. Lecturas periodísticas.
- Artículos de revistas como: *Fortune*, *Business Web*, *Expansión* y *América Economía* entre otras.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, Ramón Medina Gallegos

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Empaque, envase y embalaje en el entorno global							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	x				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Al finalizar el curso, el alumno tendrá una visión de todos aquellos empaques, envases y embalajes que deben utilizarse en el ámbito de una importación o exportación, así como los materiales que participan su creación. Además tendrá el conocimiento sobre la legislación que impactan en la creación de los mismos.							
Contenidos							
Unidad 1. Fuentes de información introducción. Unidad 2. Clasificación de los envases y los embalajes. Unidad 3. Diseño de empaque envasado y embalaje. Unidad 4. El contenedor y sus características. Unidad 5. Legislación y normas sobre envase, empaque y embalaje.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							



Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones20%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Cateora P.R. (1995), *Marketing internacional*. (8ª. ed.). Mc Graw Hill. México.
- Cateora P.R y L. Graham J. (1999). *Marketing Internacional*. (10ª ed.). Mc. Graw Hill. México.
- Di Gioia, M.A. (2004) *Envases y embalajes como herramientas de la exportación*. Ed. Macchi.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Cervera Fantoni, Angel luis . (2003).*Envase y embalaje la venta silenciosa* (2ª. ed.) ESIC Editorial.
- Artículos de revistas como: Fortune, Business Web, Expansión y América Economía entre otras.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, Ramón Medina Gallegos, Oscar Adrian Urdiales Castillo



Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Administración financiera corporativa							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		x	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Conocer y utilizar las herramientas estratégicas que proporciona la Administración Financiera Corporativa para coadyuvar a la multiplicación de los bienes de la empresa, así como su correcta utilización y mantenimiento, sin descuidar aspectos como la responsabilidad social, ambiental y laboral.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción y conceptos básicos. Unidad 2. Financiamiento. Unidad 3. Administración del efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario. Unidad 4. Política de dividendos							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Elaboración de tareas y ejercicios variados							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.							



Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....30%
- Tareas..... 30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Besley, S. (2001). Fundamentos de administración financiera / Scott Besley, Eugene F. Brigham ; Traducción Jaime Gómez M. 6 México : McGraw-Hill Interamericana.
- Emery D. R. (2000). Fundamentos de administración financiera/ Douglas R. Emery, John D. Finnerty, John D. Stowe ; Traducción: Roberto L. Escalona. México : Prentice Hall Hispanoamericana
- Gitman L. J. (2007). Principios de administración financiera / Lawrence J. Gitman ; Traducción Miguel Ángel Sánchez Carrión. 11 México : Pearson Educación
- Johnson R. W. (1989). Administración financiera / Robert W. Johnson, Ronald W. Melicher ; Traducción: Alberto García Mendoza. 2 México : Grupo Patria Cultural
- Johnson R. W. (2002). Administración financiera/ Robert W. Johnson ; Traducción: Alberto García Mendoza. 2 México : Cecs
- Levi M. D. (1997). Finanzas internacionales: un estudio de los mercados y de la administración financiera de empresas multinacionales / Maurice D. Levi ; traducción: Jaime Gómez Mont. México : McGraw-Hill Interamericana
- Van H. J. C. (2002). Fundamentos de administración financiera/ James C. Van Horne, John M. Wachowicz ; Traducción: Gustavo Pelcastre Ortega. 11 México : Pearson Educación de México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Brigham E. y Houston J. (2005) *Fundamentos de Administración Financiera*. (10ª ed.). McGraw-Hill. México.
- Emery D. y Finnerty E. (2000). *Administración Financiera Corporativa*. Pearson Educación. México.
- Moreno P. (2000). *Administración financiera de inventarios: Tradicional y justo a tiempo*. International Thompson Editores. México.

Elaboró: José Emmanuel López Luna, Ramón Eliazar Medina Gallegos

Datos de identificación del programa educativo.							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Taller de simuladores empresariales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Comprender la importancia del juego de empresas para el desarrollo de la competitividad en los mercados en el ámbito local, global y su incidencia en el entorno interno y externo de la empresa, con la utilización de software de simulación para la toma decisiones y ejercitar el buen juicio en los negocios internacionales.							
Contenidos							
Unidad 1. La simulación: conceptos básicos. Unidad 2. Condiciones necesarias para la simulación en la empresa. Unidad 3. Análisis de simulación.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Elaboración de tareas y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							



Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando dos de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Tareas30%
- Competencias en grupo40%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Laudon K.C. y Jane. (2000). *Administración de los sistemas de información*, pearson education. México.
- Porter, M. (2006). *La ventaja competitividad*. Ed. Mc Grw-Hill. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Amor, D. (2000). *La evolución e-business*, Ed. Prentice Hall. Buenos Aires, Argentina.
- Coss B.R. (2003). *Simulación un enfoque practico*. Ed Mc Graw.Hill. México.
- Fishwick, P. A. (2000). *Simulation model design and execution*, Ed. Pearson Education.
- Gates, B. (2000). *Los negocios en la era digital*, José Antonio bravo/paperback/ bantam books.
- Kotler P. (2004). *Dirección de mercadotecnia*. Ed. Prentice Hall. México.
- Thompson, A.A.J.S.(1998). *Dirección y administración estratégica*. Ed. Mc Graw-Hill. México.
- Thompson, J.K. y Stappendeck, G.J. (1997). *Manual del jugador de la simulation de estrategia global (business strategy game, bsg)*. Ed. Mc Graw-Hill. México.

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, Sergio Felipe López Jiménez

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Responsabilidad corporativa en los negocios							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	x				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla la autonomía para el aprendizaje, así como la capacidad para tomar decisiones con la finalidad de coadyuvar al crecimiento y mejora continua del clima laboral. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales	X	Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Conocer y comprender el concepto de responsabilidad corporativa, con la finalidad de diseñar, aplicar y evaluar programas de índole social, laboral y ambiental; lo que permitirá que las empresas contribuyan con la estabilidad global así como con la equidad.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción y conceptos básicos. Unidad 2. Responsabilidad corporativa social. Unidad 3. Responsabilidad corporativa laboral. Unidad 4. Responsabilidad corporativa ambiental.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del alumno - Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Elaboración de tareas y ejercicios variados							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las tres de los criterios de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas. Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.							

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones30%
- Tareas30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Ibarra R. R. (2002). Código de ética : cómo implantarlo en la empresa/ Ramón Ibarra Ramos. México : Trillas
- Griffin R. W. (2005). Negocios/ Ricky W. Griffin, Ronald J. Ebert ; Traducción: Elizabeth Treviño Rosales, Ekaterina Guerrero U. 7 México : Pearson Educación.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Hartman L., Desjardins J. y MacDonald C. (2013). *Business Ethics: Decision Making for Personal Integrity & Social Responsibility*. McGraw-Hill: Estados Unidos
- Werther W. y Chandler D. (2011). *Strategic Corporate Social Responsibility* (2ª ed.). SAGE Publications: Estados Unidos.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, José Emmanuel López Luna

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Métodos cuantitativos en la cadena de suministro							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		x	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al alumno el conocimiento y las herramientas de los procesos de formulación, solución y puesta en práctica de los modelos para analizar problemas de sistemas complejos en las organizaciones.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción . Unidad 2. Distribuciones de probabilidad . Unidad 3. Análisis de decisiones . Unidad 4. Utilidad y toma de decisiones . Unidad 5. Pronósticos. Unidad 6. Introducción a la programación lineal . Unidad 7. Programación lineal. Unidad 8. aplicaciones de la programación lineal . Unidad 9. Transporte, asignación y transbordo . Unidad 10. Modelos de inventario.							

Unidad 11. Modelos de línea de espera .

Unidad 12. Procesos de markov.

Estrategias didácticas

- Exposición del alumno
- Discusión dirigida
- Trabajo colaborativo
- Elaboración de tareas y ejercicios variados

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....30%
- Tareas.....30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Anderson D. R., Sweeney D. J. y Williams T. A. (2004). *Métodos cuantitativos para los negocios*. (9a. ed.). CENGAGE Learning. México
- Prawda W. J. (1996) .*Métodos y modelos de investigación de operaciones*. LIMUSA. México.
- Thierauf R. J. (2006).*Toma de decisiones por medio de investigación de operaciones*. Limusa. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Budnick F. S. (2006). *Matemáticas aplicadas para administración, economía y ciencias sociales*. (4.ª ed.). Editorial: mcgraw-hill interamericana. México.

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, Ariel Gutiérrez Ortiz, Antonio Preciado Hernández

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Gestión logística del transporte multimodal							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:		X			
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Destina recursos de las organizaciones que incentivan el comercio internacional en el país para maximizar el nivel de operaciones comerciales internacionales de las empresas mexicanas a través de la aprobación de proyectos financieramente viables. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al profesionista las herramientas y habilidades necesarias para contribuir al mejoramiento de la logística del transporte de cargas de la empresa en que participe, combinando las ventajas de los diferentes modos de transporte en los segmentos en que cada uno de ellos es más eficiente.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción a la logística y cadenas de suministro. Unidad 2. Logística y cadenas de suministro internas. Unidad 3. Logística y cadenas de suministro externas e internacionales. Unidad 4. Transporte multimodal (multimodalismo). Unidad 5. Tendencias y proyección de la logística integral.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del alumno - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados							

- Dinámicas grupales

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos los cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones20%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Adam, E. E. y Ebert, R. J. (1991). *Administración de la producción y las operaciones*. Prentice Hall. México.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J. y Cooper, M. B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros*. McGraw-Hill. México.
- David, P. y Stewart, R. (2010). *International logistics: the management of international trade operations*. Cengage Learning. USA.
- Heizer, J. y Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones*. Prentice-Hall (5ª. Edición). México.
- Wood, D. F., Barone, A. P., Murphy, P. R. y Wardlow, D. L. (2002). *International logistics*. Amacom. USA.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Ballou, R. H. (2005). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación. México.
- Mora, L. A. (2011). *Gestión logística integral*. Starbook editorial. Colombia.
- Mora, L. A. (2008). *Indicadores de la gestión logística*. Eco-ediciones. Colombia.

Elaboró: Aurelio Deniz Guizar, Ramón Eliazar Medina Gallegos, Verónica Marina León Román

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Gestión de almacenes e inventarios							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:		X			
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa. Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Brindar a los profesionistas los conocimientos y habilidades para el óptimo manejo de inventarios y almacenes con la finalidad de reducir los requerimientos de espacio, tiempo y gastos, y con ello mantener la cantidad suficiente para evitar los faltantes y exceso de existencias, contando con un proceso fluido de producción y comercialización.							
Contenidos							
Unidad 1. Las funciones del almacén y la gestión de materiales. Unidad 2. La gestión de compras y materiales. Unidad 3. La gestión de stocks o inventarios. Unidad 4. Planeación de requerimientos de materiales (mrp) y erp Unidad 5. Inventario de mercancías. Unidad 6. Sistematización y codificación de inventarios.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							



Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes40%
- Exposiciones20%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Adam, E. E. y Ebert, R. J. (1991). *Administración de la producción y las operaciones*. Prentice Hall. México.
- Guajardo, G. (2004). *Contabilidad para no contadores*. McGraw-Hill. México.
- Heizer, J. y Render, B. (2004). *Principios de administración de operaciones*. (5ª. Edición). Prentice-Hall México
- Leenders, M., Fearon, H. E. y England, W. B. (2005). *Administración de compras y materiales*. CECSA. México.
- Molina, V. E. (2007). *Administración de almacenes y control de inventarios*. Ediciones Fiscales ISEF. México.
- Monks, J. G. (2001). *Administración de operaciones*. McGraw-Hill (Serie Schaum). México.
- Thierauf, R. J. y Grosse, R. A. (2006). *Toma de decisiones por medio de investigación de operaciones*. Limusa. México

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Bartholdi, J. J. y Hackman, S. T. (2008). *Warehouse & distribution science*. Georgia Institute of Technology. USA.
- Horngren, C.T., Harrison, W. T. y Bamber, L. S. (2003). *Contabilidad*. Prentice-Hall. México.
- Muñoz, L. (2004). *ERP: guía práctica para selección e implantación*. Gestión 2000. España.

Elaboró: Manuel Rubio Maldonado, Ariel Gutierrez Ortiz, Ramón Eliazar Medina Gallegos

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Taller de comercio electrónico en un mercado global							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Que al finalizar el curso el alumno sea capaz de entender y aplicar los conceptos de los modelos de negocio, estrategias y mezcla de la mercadotecnia en el entorno del comercio electrónico.							
Contenidos							
Unidad 1. Introducción al comercio electrónico (e-commerce) . Unidad 2. Introducción a los negocios electrónicos (e-business). Unidad 3. Marketing electrónico (e-marketing). Unidad 4. Aplicaciones para el e-commerce . Unidad 5. Comercio electrónico en el mundo y en las economías emergentes . Unidad 6. Gobierno electrónico (e-government). Unidad 7. Marco legal del e-commerce .							
Estrategias didácticas							
Exposición del maestro, investigación y exposición complementaria por los alumnos, discusión dirigida.							
Criterios de acreditación de la materia							

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Por rúbrica y continua.....20%
- Realización de casos prácticos, exposición e interrogación.....20%
- Exámenes..... 20%
- Trabajos de investigación.....20%
- Elaboración de ensayo.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Chaffey, D., Elis-Chadwick, F., Mayer, R., y Johnson, K. *Internet Marketing*. Prentice Hall. Essex, England
- Díaz, Vicente Oscar. (2001). El comercio electrónico y sus efectos en las relaciones tributarias internacionales : la reformulación del concepto de establecimiento permanente/ Vicente Oscar Díaz. Buenos Aires, Argentina : Eds. Macchi.
- Fleming, Paul. (2000). Hablemos de Mmarketing interactivo: reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónico / ^cPaul Fleming en la colaboración con Ma. José Alberdi Lang ; Prólogo por Joost van Nispen. 2 Madrid, España : ESIC
- Schneider, Gary P. (2004). Comercio electrónico/ Gary P. Schneider ; Traducción: Nora de la Luz Saiz. México : International Thomson Editores.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Carptenter, P. *Marcas electrónicas. Cómo crear un negocio en Internet a velocidad vertiginosa*. Harvard Business School Press. Bogotá, Colombia
- Rayport, J. F. y Jaworski, B. J.; *Cases in e-Commerce*. Mc Graw-Hill. New York, NY.
- Vassos, T. *Estrategias de Mercadotecnia en Internet*. Prentice Hall. A Simon & Shuster Company. Estado de México, México.

Elaboró: Sergio Felipe López Jiménez, Cristian Edgar Vázquez Olguín

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Sistema aduanero internacional							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos, generando con ello un incremento en la competitividad de las organizaciones para las que trabaja.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Proporcionar al alumno el conocimiento respecto de las normas jurídicas provenientes de la ley aduanera, Ley de los Impuestos Generales de importación y Exportación, y demás leyes y disposiciones administrativas aplicables al proceso del despacho aduanero, desde las formalidades básicas relativas a los lugares y horarios autorizados para la entrada o la salida de mercancías del territorio nacional, las maniobras de carga, descarga, transbordo y almacenamiento de las mismas, el embarque o desembarque de pasajeros y la revisión de sus equipajes, hasta la elaboración del pedimento en el formato oficial aprobado por la autoridad hacendaria.							
Contenidos							
Unidad 1. Organismos internacionales relacionados con la actividad aduanera mundial..							
Unidad 2. Normatividad que regula la actividad de la organización mundial de aduanas..							
Unidad 3. Derecho aduanero comparado.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							



Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos los cuatro de los criterios de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones30 %
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Trejo P. (2007). *Aduanas: régimen jurídico y facilitación*. editorial Porrúa México, Distrito Federal.
- Trejo Vargas, Pedro. (2006). *El sistema aduanero de México : práctica de las importaciones y exportaciones/* Pedro Trejo Vargas. México
- Reyes Díaz-Leal, Eduardo. (2009). *Introducción al sistema aduanero Mexicano /* Eduardo Reyes Díaz-Leal. 2 México : Global Business University.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Reyes E. (2006). *Aduana México ante la transición política*. editorial global business university. México. Distrito Federal.
- Reyes E. (2006). *Facilitación aduanera y comercial para una mejor logística*. editorial global business university. México, Distrito Federal.
- Federal.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Marco jurídico del despacho aduanero							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Genera estrategias de optimización de recursos en las organizaciones dedicadas a la comercialización internacional de la firma para la que labora para maximizar sus ingresos.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Proporcionar el conocimiento respecto de las normas jurídicas provenientes de la ley aduanera, Ley de los Impuestos Generales de importación y Exportación, y demás leyes y disposiciones administrativas aplicables al proceso del despacho aduanero, desde las formalidades básicas relativas a los lugares y horarios autorizados para la entrada o la salida de mercancías del territorio nacional, las maniobras de carga, descarga, transbordo y almacenamiento de las mismas, el embarque o desembarque de pasajeros y la revisión de sus equipajes, hasta la elaboración del pedimento en el formato oficial aprobado por la autoridad hacendaria.							
Contenidos							
Unidad 1. Control de la aduana en el despacho..							
Unidad 2. Deposito ante la aduana.							
Unidad 3. Desaduanamiento de mercancías.							
Unidad 4. Franja y región fronteriza.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas.
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de las competencias señaladas.
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones30%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Reyes E. (2003), *El despacho aduanal*, editorial global business university, México, Distrito Federal.
- Reyes E. (2009), *Introducción al sistema aduanero Mexicano*, editorial global business university, México, Distrito Federal.
- Trejo P. (2007), *Aduanas: régimen jurídico y facilitación*, editorial Porrúa México, Distrito Federal.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Reyes E. (2007), *Despacho aduanero electrónico el futuro de las adunas*, editorial global business university, México, Distrito Federal.
- Reyes E. (2012), *Ventanilla digital*, editorial global business university, México, Distrito Federal.
- Romero A. (1998). *Compendio de derecho administrativo; parte general*, editorial Porrúa, México, Distrito Federal.
- Reyes E. (2006). *Aduana México ante la transición política*. editorial global business university. México. Distrito Federal.
- Reyes E. (2006). *Facilitación aduanera y comercial para una mejor logística*. editorial global business university. México, Distrito Federal.

LEYES Y DEMAS ORDENAMIENTOS

- Ley Aduanera.
- Reglamento de la Ley aduanera.
- Ley de los impuestos generales de importación y de exportación.
- Reglas de Carácter General en Materia de Comercio exterior.
- Manual de Operación Aduanera.
- Manual de Claves de documento.
- Manual Técnico SAAIM3

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:		X			
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
El alumno conocerá el origen y la estructura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías de la Organización Mundial de Aduanas, así como los principales términos, elementos clasificatorios, Reglas Generales y Complementarias como base y fundamento para la correcta aplicación y determinación de una Clasificación Arancelaria de las Mercancías de Comercio Exterior.							
Contenidos							
Unidad 1. Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías. Unidad 2. Aplicación de las disposiciones legales para clasificar. Unidad 3. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 1 al 27. merceología y casos prácticos. Unidad 4. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 28 al 49. merceología y casos. Unidad 5. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 50 al 67. merceología y casos prácticos. Unidad 6. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 68 al 85. merceología y casos. Unidad 7. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 86 al 93. merceología y casos. Unidad 8. Clasificación arancelaria de mercancías de los capítulos 94 al 98 y casos prácticos. Unidad 9. Prácticas de clasificación arancelaria de las mercancías de comercio exterior.							
Estrategias didácticas							

- Exposición del profesor y alumnos.
- Lecturas y Discusión dirigida
- Trabajo colaborativo
- Solución y discusión de casos y ejercicios variados
- Dinámicas grupales

Criterios de acreditación de la materia

Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....40%
- Exposiciones.....30%
- Solución de casos prácticos.....30%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Bernaldo Páez, Enrique. (2000). El sistema armonizado y la globalización del comercio/ Enrique Bernaldo Páez. México : Centro de Investigación Aduanera y de Comercio Internacional.
- Maerker, Gunter. (1996). Guía práctica de clasificación arancelaria en el sistema armonizado de designación y codificación de las mercancías/ Gunter Maerker. México : Guma
- Sarabia Castro, Linda Berenice. (1999). Introducción al estudio del sistema armonizado/ Linda Berenice Sarabia Castro. 3 México : Capacitación Aduanera y Asesoría
- Ugarte, Luis. (2002). *Merceología teoría y práctica*, (1ra Edición).CIACI. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Arango, M. (2009). *Metodología arancelaria, sencilla, práctica y visual*, (1ra ed.), Asesoría y consultoría en impresión y papel, más soluciones, México.
- Carmona, J. (2007). *Análisis de las Reglas Generales, Reglas Complementarias y Notas Legales de los copolímeros, textiles, metales, máquinas, aparatos e instrumentos y sus partes*, (1ra Edición). México
- Carmona, J. (2013). *Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación (LIGIE)*, (1ra Edición), México.
- Valenzuela, S. (2013). *El fascinante mundo de la clasificación arancelaria*. Editorial Imece. México.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Valoración aduanera y contribuciones del comercio exterior							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones logísticas para incrementar la competitividad de la organización a través del análisis de la potencialidad de mercados inteligentes.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al maestrante los conocimientos técnicos jurídicos necesarios a fin de que pueda identificar y aplicar los métodos de valoración previstos en la legislación aduanera vigente con el objeto de determinar correctamente la base gravable de los impuestos al comercio exterior que se causan derivado de las transacciones internacionales.							
Contenidos							
Unidad 1. Métodos para determinar la base gravable, cuando esta no se pueda determinar. (artículo 71) ley aduanera.							
Unidad 2. Valor de transacción de mercancías idénticas (ley aduanera art. 72).							
Unidad 3. Valor de transacción de mercancías similares (art. 73 ley aduanera).							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos los cuatro de los criterios de las competencias señaladas.							
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.							
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.							
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.							

Criterios de evaluación	
- Exámenes30% - Exposiciones30% - Reporte de Lecturas20% - Solución de casos prácticos20%	
Bibliografía	
DISPONIBLE EN BIBLIOTECA	
- Carvajal, M. (2007). <i>Derecho aduanero</i>, Porrúa, México. - Rhode, A. (2008). <i>Derecho aduanero mexicano</i>, ISEF, México.	
NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA	
- Samaniego A y Morales L. (2013). <i>Manual de valoración aduanera y referencias generales del comercio exterior</i>, editorial global business university, México, Distrito Federal. - Witker, J. (1998). <i>Introducción a la valoración aduanera de mercancías</i>, editorial McgrawwHill, México, Distrito Federal.	
Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.	

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Regímenes aduaneros							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Conocerá e implementará sistemas administrativos en el ámbito aduanal que le permitan una mayor optimización de los recursos, así como también interpretará perfectamente los regímenes aduaneros para la importación y exportación de mercancías en el territorio nacional.							
Contenidos							
Unidad 1. Régimen aduanero. Unidad 2. Otros regímenes de la legislación mexicana. Unidad 3. Despacho de las mercancías y actos previos .							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas. Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.							

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones30%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Cárdenas, E. F. (2011). *Introducción al estudio del derecho fiscal* (Quinta edición.). México: Editorial Porrúa.
- Carrasco, I. H. (2010). *Derecho fiscal constitucional* (4. ed.). México, D.F: Oxford University Press.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Estrada, L. J. M. (2006). *Derecho aduanero: conceptos, procedimientos y recursos*. México, D.F.: Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas.
- Trejo, V. P. (2008). *Aduanas: régimen jurídico y facilitación*. México, D. F: Editorial Porrúa Hermanos.
- Witker, J. (1999). *Derecho tributario aduanero* (2. ed.). México: Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Procedimiento administrativo en materia aduanera							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Proporcionar al maestrante los conocimientos técnico jurídico necesarios relativos a la parte adjetiva de la legislación aduanera vigente, a fin de que pueda actuar en aquellos casos en donde se le presente un procedimiento administrativo en materia aduanera, además de los recursos con los que cuenta para poder proteger y salvaguardar su posición y a la quien pudiera representar.							
Contenidos							
Unidad 1. Procedimientos administrativos contemplados en la legislación aduanera.							
Unidad 2. Nociones generales del procedimiento administrativo en materia aduanera (pama).							
Unidad 3. Formalidades del procedimiento administrativo en materia aduanera.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos cuatro de los criterios de las competencias señaladas.							
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.							
Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.							

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....30%
- Exposiciones.....30%
- Reporte de Lecturas.....20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Reyes E. (2009). *introducción al sistema aduanero Mexicano*. editorial global business university. México. Distrito Federal.
- Reyes E. (2003). *El despacho aduanal*. editorial global business university. México, Distrito Federal.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Becerril, M. (2013), *Facultades de comprobación, Procedimiento administrativo en materia aduanera y medios de impugnación*. editorial Tax editores unidos, S. A., Distrito Federal.
- Romero A. (1998). *Compendio de derecho administrativo*; parte genera, editorial Porrúa. México, Distrito Federal.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Medios de impugnación en materia aduanera							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Conocerá los elementos esenciales y avanzados de los medios de Impugnación con los que cuenta el contribuyente en los casos de las resoluciones de procesos administrativos llevadas a cabo por la autoridad aduanera							
Contenidos							
Unidad 1. Procedimientos administrativos. Unidad 2. Recurso de revocación. Unidad 3. Juicio contencioso administrativo. Unidad 4. Juicio de amparo.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70% Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos los cuatro de los criterios de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.							

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones30%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Hernández, A. (2002), *Estudio practico de los PAMAS*, ISEF, México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Becerril, M. (2013), *Facultades de comprobación, Procedimiento administrativo en materia aduanera y medios de impugnación*, editorial Tax editores unidos, S. A., Distrito Federal.
- Romero A. (1998). *Compendio de derecho administrativo*; parte genera, editorial Porrúa. México, Distrito Federal.
- Silva, E (2007), *Estrategias de defensa aduanera*, PAC editores, México.

LEYES Y DEMAS ORDENAMIENTOS.

- Ley Aduanera.
- Reglamento de la Ley aduanera.
- Código Fiscal de la Federación.
- Ley federal del procedimiento administrativo.
- Ley federal del procedimiento contencioso administrativo.
- Ley de amparo.
- Código de procedimientos Civiles Federal.
- Jurisprudencia de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.
- Jurisprudencia del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Aplicaciones del código fiscal en materia aduanera							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	X				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. Desarrolla un pensamiento ético, crítico y objetivo respecto a la problemática actual en el ámbito del comercio internacional para proveer una óptima atención en el servicio al cliente a través de indicadores de calidad de la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales		Teórico-conceptuales	X
Propósito general de la materia							
Proporcionar de manera general al estudiante los conocimientos generales en materia fiscal con la finalidad de identificar los derechos y las obligaciones a que son sujetos ya sea un ente físico o moral.							
Contenidos							
Unidad 1. Disposiciones generales.							
Unidad 2. Derechos y obligaciones del contribuyente.							
Unidad 3. Facultades y obligaciones de la autoridad fiscal.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.							
Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos las cuatro de los criterios de las competencias señaladas.							
Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres de actividades de las competencias señaladas.							

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.
Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes30%
- Exposiciones30%
- Reporte de Lecturas20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Código Fiscal de la Federación y su reglamento. Edición vigente.
- Garza, S.F. *Derecho Financiero Mexicano. (2005)* Ed. Porrúa. México.
- Quintan, V.J. y Yanez, R.J. *Derecho Tributario Mexicano. (2008)* Ed. Trillas. México.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Edición vigente.
- Flores Z.E. *Elementos de finanzas Públicas Mexicanas: Los impuestos.* Ed. Porrúa. México, 2004.
- Margain M.E. *Introducción al Estudio del Derecho Tributario Mexicano. (2011)* Ed. Porrúa. México.

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Contratos y pagos internacionales							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:		Optativa:	x				
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
*Realiza operaciones comerciales internacionales para fomentar la actividad mercantil en el país con base en el marco jurídico de los negocios internacionales. *Identifica los organismos nacionales e internacionales vinculados con el comercio internacional con la finalidad de gestionar recursos, generando con ello un incremento en la competitividad de las organizaciones para las que trabaja. Identifica y concreta las oportunidades de negociación en el ámbito nacional e internacional para eficientar la operatividad de las firmas a través de la aplicación de técnicas de negociación. Utiliza las tecnologías que apoyen en el quehacer profesional, en materia de comercialización nacional e internacional para maximizar las utilidades provenientes de estas actividades en la empresa.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Profundizar en el conocimiento sobre la elaboración de los contratos internacionales y la realización las diferentes modalidades de pagos internacionales, necesarios en actividades de comercialización internacional.							
Contenidos							
Unidad 1. generalidades de los contratos internacionales. Unidad 2. Contratos internacionales. Unidad 3. Pagos internacionales.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del profesor y alumnos. - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							



Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%

Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación.

Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos cuatro de los criterios de las competencias señaladas.

Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas.

Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con tres de las competencias señaladas.

Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....30%
- Exposiciones.....30%
- Reporte de Lecturas.....20%
- Solución de casos prácticos.....20%

Bibliografía

DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- León T. S. (2004). *Contratos mercantiles*. Oxford University Press. México
- Treviño G.R. (2002). *Los contratos civiles y sus generalidades* (6ª ed.). México: McGraw-Hill.

NO DISPONIBLE EN BIBLIOTECA

- Adame, G.J. (1994). *El contrato de compraventa internacional*. McGraw-Hill. México.
- Arce G. J. (2007). *Contratos mercantiles atícopis* (12ª ed.). Porrúa. Mexico.
- Caves, R.F.J. y Jones, R. (2007). *World Trade and Payments: An Introduction*. Pearson Addison Wesley. Estados Unidos.
- Grath, A. (2011). *The Handbook of International Trade and Finance*. Kogan Page Publishers: Estados Unidos.
- Hinkelman, E. (2003). *A Short Course in International Payments* (2a. ed.). World Trade Press: Estados Unidos.
- Martínez G.P. (2006). *El transporte terrestre de mercancías: responsabilidad por averías, faltas y retrasos*. Eds. Díaz Santos. España.
- Shippey, k. y Has Andrade, R. (2003). *Guía práctica de contratos internacionales: cómo redactar un contrato internacional de ventas*. Grupo Patria Cultural. México.
- Sosa C.R. (2003). *Incoterms 2000 uso y utilidad en el comercio internacional*. Eds. Macchi. México

Elaboró: Oscar Reyes Real, Germán Israel Silva Aguilar, Noé López Alvarado.

Datos de identificación del programa educativo							
Nombre del programa educativo: Maestría en Desarrollo Corporativo del Comercio Internacional							
Unidad académica: Escuela de Comercio Exterior							
Datos de identificación de la materia							
Nombre de la materia: Tópicos selectos en comercio internacional							
Valor en créditos	Horas totales de la materia		Horas bajo la conducción de un académico		Horas de trabajo independiente		
4	64		32		32		
Clasificación de la materia							
Obligatoria:				Optativa:		X	
Nombre de la(s) competencia(s) a la que contribuye							
Aporta soluciones a los problemas que se presentan en el ámbito del comercio internacional para minimizar o contrarrestar el impacto de éstos en las organizaciones productivas del país mediante proyectos empresariales.							
Clasificación de la materia de acuerdo al campo del saber que involucra							
Éticas profesionales		Integrativas		Instrumentales profesionales	X	Teórico-conceptuales	
Propósito general de la materia							
Dotar de mayor flexibilidad y pertinencia a la formación de maestros en ciencias administrativas, aprovechando las oportunidades que brinda la movilidad de profesores y estudiantes así como la colaboración con otras instituciones o empresas, para lograr una formación de calidad.							
Contenidos							
Los define el maestro de acuerdo a lo más reciente en materia de comercio exterior.							
Estrategias didácticas							
- Exposición del alumno - Lecturas y Discusión dirigida - Trabajo colaborativo - Solución y discusión de casos y ejercicios variados - Dinámicas grupales							
Criterios de acreditación de la materia							
Para aprobar la signatura será con el criterio regular equivalente a 70%							
Excelente: cuando aprueba al 100% las competencias señaladas en los criterios de evaluación. Muy bien: cuando aprueba con el 90% presentando al menos tres de los criterios de las competencias señaladas. Bien: cuando aprueba con el 80% presentando al menos tres actividades de las competencias señaladas. Regular: cuando aprueba con el 70% presentando con dos de las competencias señaladas. Malo: cuando no aprueba obteniendo el 60% de las competencias señaladas.							

Criterios de evaluación	
- Exámenes.....40% - Exposiciones.....30% - Reporte de Lecturas.....30%	
Bibliografía	
Elaboró: José Emmanuel López Luna, Manuel Rubio Maldonado, Aurelio Deniz Guizar	

15. Recursos materiales y financieros

15. 1. Recursos materiales

La Universidad de Colima cuenta con los recursos materiales suficientes, instalaciones acordes a las necesidades de un programa de calidad como el que se propone. Estarán a disposición del programa las instalaciones de la Escuela Comercio Exterior. Esta escuela cuenta con centro de cómputo con acceso a la internet de banda ancha (proyectores multimedia, computadores portátiles para uso exclusivo del posgrado); cubículos para las y los docentes; centros interactivos de aprendizaje multimedia, denominados CIAM; acceso a bibliotecas en las áreas de las ciencias sociales administrativas; salas de video conferencias; edificios de servicios estudiantiles; el sistema satelital para educación continua (cursos, conferencias y seminarios a distancia). Asimismo, la Universidad de Colima cuenta con una plataforma educativa diseñada para impartir cursos a distancia (EDUC). Cabe mencionar que es de interés de este programa utilizar este medio para el trabajo de asesoría de algunas de las materias, sólo en el caso que se requiera trabajar a través de este medio.

El Centro de Tecnología Educativa, es un espacio universitario, es un conjunto de espacios de primer nivel, tanto en infraestructura como en servicios. Cuenta con aulas de uso múltiple, salas de Videoconferencias y además un CIAM (Centro Interactivo de Aprendizaje Multimedia), espacios donde se pueden efectuar eventos artísticos, culturales, académicos, talleres, cursos, conferencias, seminarios, congresos, etc.

Además se cuenta con un Software para simular juegos de negocios (*LAB. SAG. SOFTWARE*) en las áreas específicas como finanzas, mercadotecnia, logística, entre otras.

15.2. Recursos financieros

La Universidad de Colima apoyará la operación del programa con los salarios de los profesores, los gastos de energía eléctrica, teléfono, mantenimiento de las instalaciones, etc.

Los apoyos financieros para los gastos de operación, provienen básicamente de los ingresos por concepto de inscripción, colegiaturas y cuotas complementarias que aportan los alumnos y otras aportaciones institucionales.

Los alumnos pueden recibir apoyos a través de las becas Universidad de Colima y del fideicomiso Juan García Ramos. Además se buscarán apoyos para becas por parte de proyectos de investigación de los profesores con financiamiento externo de CONACYT u otras entidades a nivel nacional e internacional.

Para proyectos derivados de las líneas de trabajo, se cuenta con el fondo institucional "Ramón Álvarez Buylla de Aldana", a cuyos recursos se accede por concurso.

16. Evaluación y actualización del programa

Al término de cada semestre se efectuarán reuniones de la CPP para evaluar sus objetivos, contenidos programáticos, carga horaria tanto teórica como práctica, recursos y técnicas didácticas, sistemas de evaluación, bibliografía básica y de apoyo.

Las adecuaciones propuestas a los contenidos se integrarán en un documento, mismo que se tomará como base para la actualización o reestructuración del programa.

Al término de cada generación se realizará un análisis de los egresados y su seguimiento laboral, para obtener datos que puedan servir de retroalimentación para hacer las adecuaciones pertinentes y necesarias. Entre otras cosas, de acuerdo con sus datos demográficos, se evaluará su grado de satisfacción durante su formación en el posgrado, se encontrarán los sectores de incidencia en que se desempeñen y se conocerá su situación real en su campo laboral

El documento se revisará de forma constante y se evaluará al año siguiente de egreso de cada generación. De acuerdo al reglamento, se deberá actualizar cada dos evaluaciones (Art. 34 REP).

Los contenidos de las materias, la bibliografía y los seminarios se podrán actualizar de manera permanente sin afectar la estructura general del plan de estudios.

De acuerdo a lo descrito anteriormente, la CPP revisará periódicamente el documento curricular, los objetivos, perfiles, y la estructura en general; se enviará a la Dirección General de Posgrado, quien revisa y autoriza adecuaciones al plan de estudios.

En caso de existir alguna reestructuración, el plan de estudios se someterá a la evaluación de la Coordinación General de Docencia para su aprobación.

Se tiene contemplado someter el Programa para su evaluación en el Padrón Nacional de Posgrado CONACYT el año 2017.

17. Referencias Bibliográficas

- ✓ Alfaya y Blasco, (s/f). La sostenibilidad y la empresa. Disponible en la web en:
<http://www.conama.es/viconama/ds/pdf/24.pdf>
- ✓ Código de Buen Gobierno de la Empresa Sostenible (2002). Disponible en la web: www.foroempresasostenible.org
- ✓ Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. (2008). *Programa Especial de Ciencia Tecnología e Innovación 2008-2012*. México. Recuperado el 12 de mayo de 2010:
http://www.foroconsultivo.org.mx/documentos/academicos/pecyt_2008_2012_dof_161208.pdf.
- ✓ Ferreiro G., R. (2007). *Nuevas alternativas de aprender y enseñar. Aprendizaje cooperativo*. Trillas. México. 216 pp.
- ✓ Instituto de Estudios Superiores de Monterrey. *Las estrategias y técnicas didácticas en el rediseño. Capacitación en estrategias didácticas. Dirección de Investigación*. [s.f.].34 pp. Recuperado el 3 de junio de 2010:
<http://www.sistema.itesm.mx/va/dide/inf-doc/estrategias/>.
- ✓ SEP (2010). Lineamiento para la Evaluación y Acreditación de Asignaturas versión 1.0. Obtenido:
http://www.itcj.edu.mx/doc/Lineamientos/Lineamiento_Evaluacion_Acreditacion_Asignaturas.pdf. Consultado: 23 de julio de 2014.
- ✓ Plan Estatal de Desarrollo 2009-2015. *Infraestructura Conectiva, Productividad Sustentable y Progreso*. Económico Gobierno del Estado de Colima. Recuperado el 17 de mayo de 2010:
http://www.colima-estado.gob.mx/docs/plan_estatal_2009-2015.pdf
- ✓ Martínez C., S., et. ál. (2003). *Programa Institucional de seguimiento de egresados*. Universidad de Colima. Recuperado el 26 de abril de 2010:
<http://digeset.ucol.mx/egresados/resultados.htm>
- ✓ Martínez, C. S. y Villanueva, R. M. (2004). *Diseño curricular en posgrado. Manual para la elaboración de estudios de pertinencia y factibilidad; y criterios para la creación o reestructuración de documentos curriculares de posgrado*. Universidad de Colima. Dirección General de Posgrado. México, Colima. 70 pp.

- ✓ “Micro, pequeñas y medianas empresas en México. Evolución, funcionamiento y problemática” (2002). Disponible en la red en <http://www.senado.gob.mx/iilsen/content/lineas/docs/varios/MPYMEM.pdf>
- ✓ Sánchez, J. (2005). *Estrategias para fomentar una cultura de la calidad en las instituciones de educación superior*. Caso del Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad de Guadalajara”; México. Universidad de Guadalajara.
- ✓ Secretaría de Economía (2009). *Boletín informativo de la Secretaría de Economía*. Recuperado el 14 de mayo de 2010:
<http://www.economia.gob.mx/?P=470>.
- ✓ Secretaría de Educación Pública (2007). *Programa Sectorial de Educación 2007-2010*. México. Recuperado el 17 de abril de 2010:
http://upepe.sep.gob.mx/prog_sec.pdf
- ✓ Stiglitz, J. (2003). *El malestar en la globalización*. México, Santillana Ediciones Generales, S.L.
- ✓ Universidad Autónoma de Aguascalientes. Centro de Ciencias Económico Administrativas. Maestría en Ciencias Económico Administrativas (2005). Aguas Calientes. 156 pp.
- ✓ Universidad de Colima. (2005). Currículum de la Escuela de Mercadotecnia.
- ✓ Universidad de Colima (2009). Informe de Actividades. Escuela de Mercadotecnia.
- ✓ Universidad de Colima. (2002). *Documento curricular del programa de Maestría en Administración*. México. Facultad de Contabilidad y Administración. 109 pp.
- ✓ Universidad de Colima. (2009). *Documento curricular del programa de Maestría en Ingeniería*. Facultades de Ingeniería Mecánica y Eléctrica; Ingeniería Electromecánica; e Ingeniería Civil. México. Colima. 213 pp.
- ✓ Universidad de Colima. (2008). *Modelo Curricular para la Educación Superior*. Universidad de Colima. 76 pp.
- ✓ Universidad de Colima. *Normas complementarias al reglamento general de Posgrado. Que incorporan las disposiciones contenidas en la guía general para*

la presentación de documentos recepcionales de posgrado. Dirección General de Posgrado. [s.f.]. México, Colima. 70 pp. Recuperado el 26 de junio de 2010: http://www.ucol.mx/posgrado/doc_procedimientos/normas_complementarias_al_REP.pdf

- ✓ Universidad de Colima. Escuela de Comercio Exterior.
<http://www.ucol.mx/docencia/facultades/comercioc/>
<http://www.ucol.mx/docencia/facultades/comercioc/antecedentes.htm>

Ejes para el desarrollo institucional. Obtenido: <http://www.ucol.mx/vision2030/TextoConsejoUniversitarioVision2030Ejes-PIDE.pdf>. Consultado: 25 marzo de 2011.

UNAM (sd). Introducción al Comercio Internacional. Obtenido: <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/1/179/4.pdf>. Consultado el 23 abril de 2011.

Tendencias del empleo profesional. Obtenido: http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/es/ola/tendencias_del_empleo_profesional. Consultado: el 26 de febrero de 2011.