

## 1.- DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre de la asignatura:	<b>Entorno Global</b>
Carrera:	<b>Ingeniería en Logística</b>
Clave de la asignatura:	<b>GCF-1202</b>
(Créditos) SATCA <sup>1</sup>	<b>3 - 2 - 5</b>

## 2.- PRESENTACIÓN

### Caracterización de la asignatura.

El inicio del comercio internacional se ha venido acentuando en los últimos años a través de la integración de los países y con la necesidad de intensificar las ventas en los mercados extranjeros y acrecentar el volumen de las exportaciones e importaciones; esto da origen a que los países se complementen en un mercado global; por lo que ha permitido que las empresas y las personas tengan mayores conocimientos de métodos de negociación y herramientas, que les permitan obtener ventajas comparativas.

La intención de esta asignatura es proporcionar al egresado los conocimientos tanto de la cultura internacional enfocado a los negocios, que le permita establecer los métodos en una negociación con otros países, así como con las normas establecidas en las leyes internacionales y financieras; permitiendo al egresado tomar las mejores decisiones en cuanto a la comercialización de importaciones y exportaciones dentro de los distintos mercados internacionales.

Esta asignatura permite la complementación de habilidades necesarias para un Ingeniero en Logística dándole mayores conocimientos en cuanto a los métodos de comercialización para un proceso de negociación y comercialización internacional.

### Intención didáctica.

El modelo basado por competencias nace por la necesidades de tener una educación globalizada, que actualmente demanda de conocimientos que le permitan ejercer procesos en un mundo con constantes cambios y con procesos competitivos extremos que a demás de tener los conocimientos teóricos requeridos los países y las empresas cada vez buscan más al ser humano y su esencia que le permita tener unas habilidades que ayuden a potencializar el desarrollo de capacidades productivas.

---

<sup>1</sup> Sistema de asignación y transferencia de créditos académicos

Con el desarrollo de las tecnologías se ha permitido que el mundo este cada vez mas conectado y en constante perspectiva de nuestro mundo cambiante; esto ha permitido que no solo el cambio sea tecnológico sino también se den cambios sociales que hacen que las mismas sociedades se homogenicen y desarrollen procesos de aprendizaje parecidos, permitiendo la globalización de los conocimientos por medio de las tecnologías.

Para el proceso de formación de un egresado en Ingeniería en Logística se hace indispensable tener conocimientos de el mundo exterior, dándole herramientas para la implementación los sistemas logísticos y de comercialización en los mercados internacionales; por tal motivo es necesario que el docente como ejemplo a seguir, participe y conozca los mercados internacionales así como el marco legal, financiero y de marketing de las organizaciones internacionales.

Se organiza el temario en seis unidades, en la primera unidad se desarrolla lo que es la cultura y las maneras de ver al mundo y sus costumbres en las negociaciones.

En el segundo módulo se desarrollaran estrategias de negociación siguiendo los protocolos, la psicología, la diplomacia empresarial y la cultura corporativa y los diferentes tipos de comunicaciones; herramientas indispensables para el desarrollo de una negociación empresarial.

En la unidad tres, la intención es sobre la teoría de las prácticas comerciales internacionales, logrando conocimientos que ayuden a desarrollar prácticas de intercambio comercial entre los países

El marketing y la investigación de mercados se desarrollaran en la cuarta unidad, estableciendo en primera instancia la importancia de la mercadotecnia en los negocios internacionales y teoría básica de mercadotecnia permitiendo una promoción y distribución competitiva.

En la unidad cinco, tiene como intención los conocimientos contables y financieros de las organizaciones internacionales, que permitan el desarrollo de técnicas de estados financieros que ayuden al manejo de la empresa en un entorno global; así como la aplicación de costos internacionales que determinen la mejor estrategia de expansión comercial.

El marco jurídico internacional se implementara en la sexta unidad, estableciendo conocimientos teóricos de los sistemas políticos internacionales para la toma de decisiones que permitan el mejor sistema de comercialización de productos, así como los diversos bloqueos comerciales e incentivos que establecen los diferentes países al comercio internacional.

Se sugiere para la materia de actividades teóricas que promuevan la investigación, identificación, interpretación de datos y el análisis-síntesis con lo cual se llegara a tener los métodos para la implementación de estrategias de comercialización.

En las actividades prácticas, es conveniente que el docente explique las estrategias, teorías, herramientas así ejemplos que permita la mejor comprensión de los temas.

En las actividades prácticas sugeridas, es conveniente que el profesor explique previamente la manera en cómo funcionan las negociaciones internacionales, así como las normas jurídicas y financieras para que el alumno logre establecer con éxito una comercialización con los diferentes mercados internacionales y puedan resolver y analizar casos prácticos.

Con respecto a las actividades sugeridas para esta materia es conveniente realizarlas en extra clase previamente estableciendo los métodos teóricos de dichas prácticas. Se busca como resultado del alumno un análisis previo de casos cotidianos para establecer cómo deben de seguir el proceso de comercialización con diferentes países, así como la investigación previamente de la cultura de dichos países para lograr una negociación exitosa.

### 3.- COMPETENCIAS A DESARROLLAR

Competencias específicas	Competencias genéricas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar, interpretar y diagnosticar la información política, cultural, social y legal para la toma de decisiones en el comercialización internacional</li> </ul>	<p><b>Competencias instrumentales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de análisis y síntesis</li> <li>• Capacidad de organizar y planificar</li> <li>• Conocimientos básicos de la carrera</li> <li>• Comunicación oral y escrita</li> <li>• Habilidades básicas de manejo de la computadora</li> <li>• Habilidad para buscar y analizar información proveniente de fuentes diversas</li> <li>• Solución de problemas</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul> <p><b>Competencias interpersonales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad crítica y autocrítica</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Habilidades interpersonales</li> </ul> <p><b>Competencias sistémicas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de aplicar los conocimientos en la practica</li> <li>• Habilidades de investigación</li> <li>• Capacidad de aprender</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)</li> <li>• Habilidad para trabajar en forma autónoma</li> <li>• Búsqueda de logro</li> </ul>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4.- HISTORIA DEL PROGRAMA

Lugar y fecha de elaboración o revisión	Participantes	Observaciones (cambios y justificación)
Instituto Tecnológico de Gustavo A. Madero	<p>M.C García Zaragoza Francisco Javier.</p> <p>M.C. González Fernández Marilú</p> <p>M.N.I. González Rojas Alberto.</p> <p>M.I.I. Heredia Roldán Miguel Josué</p> <p>M.C. Hernández Flores Eduardo.</p> <p>Lic. Islas Salas Jeanette Edith.</p> <p>Ing. Jiménez Erika.</p> <p>Ing. Martell Domínguez Juan Carlos.</p> <p>M.Planning. Navarro Gloria Roberto Bonifacio.</p> <p>Lic. Soto Macías María Eugenia.</p>	<p>Reunión de Diseño curricular de la materia de Entorno Global en base a Competencias Profesionales.</p>

#### 5.- OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DEL CURSO (competencia específica a desarrollar en el curso)

Fomentar con una visión de la globalización los factores del macro-entorno económico, social, cultural, legal, marketing y financiero, que inciden en la operación de la logística internacional.

#### 6.- COMPETENCIAS PREVIAS

- Conocimientos del comercio exterior

- Conocimientos de administración
- Conocimientos de Economía
- Conocimientos de Finanzas
- Conocimientos de Contabilidad y Costos
- Se comunica oral y escrita en su propia lengua y comprende textos en otro idioma.
- Maneja software básico para procesamiento de datos y elaboración de documentos.
- Reconoce los elementos del proceso de la investigación.
- Conoce conceptos básicos de las ciencias sociales.
- Lee, comprende y redacta ensayos y demás escritos técnico-científicos.
- Maneja adecuadamente la información proveniente de bibliotecas virtuales y de internet.
- Identifica y resuelve problemas afines a su ámbito profesional, aplicando el método inductivo y deductivo, el método de análisis-síntesis y el enfoque sistémico.
- Posee iniciativa y espíritu emprendedor.
- Asume actitudes éticas en su entorno.

## 7.- TEMARIO

Unidad	Temas	Subtemas
1	Importancia de la cultura para los negocios.	1.1 La cultura gerencial 1.2 Estilos de comunicación en los negocios 1.3 Costumbres y prácticas para los mercados globales 1.4 Cómo ven los mexicanos a los extranjeros 1.5 Cómo ven los extranjeros a los mexicanos
2	La negociación internacional	2.1 La negociación internacional y la cultura corporativa 2.2 Campos de aplicación de la negociación 2.3 Estrategias de la negociación 2.4 Psicología de la negociación 2.5 La comunicación personal en la comunicación 2.6 Protocolo de negociación internacional 2.7 Seguimiento de las negociaciones 2.8 Diplomacia empresarial y negociación de controversias
3	Comercialización Internacional	3.1 Exportación 3.2 Importación 3.3 Intercambio

4	Contabilidad y finanzas en las organizaciones internacionales	4.1 Estados financieros en el contexto internacional 4.2 Entornos inflacionarios y efectos por el cambio de moneda 4.3 Conversión de estados financieros 4.4 Costos internacionales
5	Marco jurídico internacional	5.1 Cambio de los sistemas políticos 5.2 Ideologías políticas y economía 5.3 Control gubernamental 5.4 Cooperación entre gobierno y empresa
6	Marketing, investigación de mercados y desarrollos globales	6.1 Importancia 6.2 Estrategia de precios de los mercados internacionales 6.3 Promoción y distribución competitiva

## 8.- SUGERENCIAS DIDÁCTICAS (desarrollo de competencias genéricas)

El profesor debe de conocer la materia a impartir para poder abordar los temas a tratar, desarrollando la capacidad para dirigir a los alumnos en cuanto a coordinar las actividades buscando orientar el trabajo del estudiante y desarrollar iniciativas individuales y por equipos que propicien la comunicación de ideas, la reflexión, la colaboración y liderazgo de cada uno de los alumnos.

- Propiciar actividades de búsqueda en diversas fuentes de información; bajo su responsabilidad, capacidad para coordinar y trabajar en equipo, orientar el trabajo del estudiante y potenciar en la autonomía, el trabajo cooperativo y la toma de decisiones.
- Fomentar actividades grupales que propicien la comunicación, el intercambio de ideas, la reflexión y la colaboración de los estudiantes. Al presentar al grupo los resultados de sus investigaciones.
- Documentar ejemplos claros de apoyo de otras disciplinas a los negocios internacionales.
- Relacionar los contenidos de esta asignatura con las demás del plan de estudios a las que esta da soporte para desarrollar una visión interdisciplinaria en el estudiante.
- Analizar casos prácticos en los que se observe y analice distintas problemáticas para llevar a cabo simulaciones de escenarios de comercialización internacional para la toma de decisiones y el aprendizaje de la logística.

- Propiciar el desarrollo de capacidades relacionadas con la lectura, la escritura y la expresión oral.
- Cuando las practicas e investigaciones lo requieran; utilizar medios audiovisuales para una mejor comprensión del estudiante.
- Propiciar el desarrollo de actividades intelectuales de inducción-deducción y viceversa, encaminadas hacia la investigación
- Propiciar el uso de las nuevas tecnologías en el desarrollo de la asignatura.

## 9.- SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN

- Resumen y comprensión de lecturas
- Trabajo en equipo con actividades relacionadas a la lectura
- Mapa conceptual de las lecturas
- Establecer ideas, así como sugerencias a los diferentes equipos.
- Elaborar un portafolio de evidencias
- Elaborar un cuadro comparativo
- Enviar el portafolio de evidencias para la evaluación
- Trabajo de investigación sobre los temas relacionados
- Practicas de investigación
- Resultado de análisis, interpretación y sugerencias para la toma de decisiones
- Examen escrito

## 10.- UNIDADES DE APRENDIZAJE

### Unidad 1: Importancia de la cultura para los negocios

<b>Competencia específica a desarrollar</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>
Aplicar, analizar y manejar adecuadamente los conceptos, costumbres y prácticas en los negocios nacional e internacional. Integrar y contextualizar los conocimientos adquiridos	<p>1.1 Buscar información sobre la cultura gerencial, historia y evolución en los negocios; mediante un reporte escrito individual.</p> <p>1.2 Entiende el concepto de estilos de comunicación en los negocios a través del análisis, utilizando técnicas escritas como el ensayo.</p> <p>1.3 Identifica e integra las costumbres y prácticas de los mercados internacionales.</p>

	<p>1.4 Integra y discute las costumbres y prácticas de los mexicanos a los extranjeros mediante la realización de un mapa conceptual.</p> <p>1.5 Integra y discute las costumbres y prácticas de los mexicanos a los mexicanos mediante la realización de un mapa conceptual.</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Unidad 2: La negociación internacional

<b>Competencia específica a desarrollar</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>
<p>Reconocer y apreciar la importancia de la cultura corporativa y los campos de aplicación de la negociación adecuadamente</p> <p>Identificar las estrategias y la psicología de la negociación.</p> <p>Analizar, interpretar y diagnosticar el seguimiento de las negociaciones, la diplomacia empresarial y las controversias dentro de los negocios internacionales.</p>	<p>2.1 Realizar exposiciones en equipo, identificando los elementos que integran y reconocer la cultura corporativa.</p> <p>2.2 Analizar los campos de aplicación de la negociación para conocer como se utiliza y transforma, a través de lecturas y realizando de manera escrita un ensayo.</p> <p>2.3 Conocer y aplicar las estrategias de la negociación internacional utilizando reportes escritos.</p> <p>2.4 Conocer y aplicar la psicología de la negociación internacional utilizando reportes escritos.</p> <p>2.5 Elaborar ensayo sobre la comunicación personal en los negocios internacionales.</p> <p>2.6 Aprender y aplicar el protocolo de negociación internacional presentando resultados en un cuadro de cuatro vías.</p> <p>2.7 Resolver casos prácticos extra clase sobre el análisis del seguimiento de las negociaciones tanto individual como grupal.</p> <p>2.8 Analizar y discutir en forma grupal sobre</p>

	la diplomacia empresarial y las controversias de las negociaciones internacionales.
--	-------------------------------------------------------------------------------------

### Unidad 3: Comercialización.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Comprender y desarrollar los conceptos de la balanza comercial; así como los de exportación e importación y su importancia en la economía internacional.	<p>3.1 Conocer los procesos de exportación, así como los diferentes tipos de mercados que ayuden a comprender la importancia del comercio internacional en la economía mexicana a través de las teorías es necesario el desarrollo de mapas conceptuales y ciclos logísticos de los diferentes tipos de medios de transporte para el intercambio comercial.</p> <p>3.2 Utilizando diferentes medios didácticos se analizará e identificará los conceptos de importación como una actividad necesaria de comercialización para entender su importancia económica de los países. Lo anterior, mediante el análisis de textos especializados en el tema así como trabajo de corrillos, debate y exposiciones orales.</p> <p>3.3 Conocer la balanza comercial de México con los diferentes países que se analice cual es la situación actual de intercambio comercial de país con el mundo; así como encontrar las ventajas comparativas con el exterior. Todo esto mediante prácticas de investigación por medio de sitios web especializados, revistas y libros del tema que contengan datos estadísticos que determinen cual es nuestra posición económica global.</p>

### Unidad 4: Contabilidad y finanzas en los negocios internacionales

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Comprender y desarrollar los estados financieros, los entornos inflacionarios y los efectos por el	4.2 Investigación documental sobre los estados financieros en el contexto internacional presentan un ensayo.

<p>cambio de moneda en el contexto internacional. Manejar y aplicar la conversión de estados financieros y los costos internacionales.</p>	<p>4.2 Comprender los entornos inflacionarios y efectos por el cambio de moneda en las organizaciones internacionales.</p> <p>4.3 Demostrar los conocimientos adquiridos en clase en un ejercicio práctico en el que se desarrolle la conversión de estados financieros en distintos países.</p> <p>4.4 Comprender y elaborar casos prácticos en el que se desarrolle la aplicación de los costos internacionales. Explicarlo y comentarlo en clase.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Unidad 5: Marco jurídico internacional.**

<b>Competencia específica a desarrollar</b>	<b>Actividades de Aprendizaje</b>
<p>Lograr una comercialización internacional exitosa, necesitando los conocimientos teóricos de las normas y políticas que ejercen los diferentes países con los que se desee tener una relación comercial; por esto en esta unidad se pretende analizar el estudio estas normas e ideologías políticas internacionales para la desarrollo del proceso de comercialización internacional</p>	<p>5.1 El desarrollo de la economía y el mercado global tiene como análisis el estudio de los cambios políticas que ha venido teniendo el mundo actual por lo tanto en esta unidad se estudia el desarrollo de estos sistemas políticos de los países y su impacto con la economía internacional; por lo tanto se pretende que los estudiantes por medio de teoría y mapas mentales y conceptuales desarrollen la geografía política del mundo.</p> <p>5.2 La ideología política es importante para la comprensión de los sistemas actuales de gobierno que rigen a los países y en qué medida es trascendente para la comercialización internacional.</p> <p>5.3 En este apartado se investigaran las barreras arancelarias de los países y su impacto con la economía internacional; se desarrollara por equipos investigación de barreras arancelarias por los diferentes países.</p> <p>5.4 En el proceso de comercialización es importante analizar las ventajas que tienen las empresas cuando quieren ingresar a un nuevo mercado y como los gobiernos apoyan el</p>

	comercio internacional por lo tanto este apartado investiga las ventajas que ofrecen los diferentes gobiernos y medidas para el apoyo al comercio.
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## Unidad 6: Marketing, investigación de mercados y desarrollos globales.

Competencia específica a desarrollar	Actividades de Aprendizaje
Comprender los conceptos de mercadotecnia internacional que establezcan los conocimientos para la implementación de un producto en el mercado internacional	<p>6.1 Desarrollar equipos de trabajo que determinen la importancia de la mercadotecnia en cuanto a la implementación de un nuevo producto en el contexto internacional; mediante teoría relacionada con el tema e investigación elaborar un caso práctico que establezcan que producto sería un éxito en otros países o que producto sería bien recibido por el nuestro estableciendo un nuevo nicho de mercado.</p> <p>6.2 Ya desarrollado la teoría de la mercadotecnia internacional se pretende implementar una estrategia de precios de los productos mediante un análisis de investigación de los precios en los países de origen más el costo de transportación y con el cual se analizaran los precios finales con los de las competencias.</p> <p>6.3 Estableciendo el producto y el precio es siempre indispensable una promoción así como una distribución competitiva que permita analizar con que canal de distribución es indispensable el proceso de incursión del nuevo producto; por tal motivo se pretende determinar por medio de un caso práctico el desarrollo de la red logística de distribución de un producto hacia el nuevo nicho de mercado, así como la mejor forma de promocionar dicho producto.</p>

## 11.- FUENTES DE INFORMACIÓN

1. HILL, Charles W., *Negocios Internacionales*, México, McGraw-Hill, 2007, 720 pp.

2. RUGMAN Alan M. y Richard M., Hodgetts, *Negocios internacionales un enfoque de administración estratégica*, México, McGraw-Hill, 1997, 705 pp.
3. MAUBERT, Viveros Claudio, *Comercio Internacional. Aspectos operativos, administrativos y financieros*, México, Trillas, 2005, (3ª reimpr), 211 pp.
4. RUGMAN, Alan y Richard, Hodgetts, *Negocios Internacionales*, México, McGraw-Hill, 1997, 707 pp.
5. GOLEMBIEWSKI, Robert T., *Handbook of organizational consultation*, Nueva York, CRC, (2ª ed.), 2000, 1080 pp.
6. INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PÚBLICOS DE MÉXICO, *El contador público como asesor de negocios*, México, 2001, 276 pp.
7. TENA, Felipe de Jesús, *Derecho Mercantil Mexicano*, México, Porrúa, 2003, 606 pp.
8. BARBA ÁLVAREZ, Antonio y Pedro, Solís Pérez, *Cultura de las organizaciones. Enfoques y Metáforas en los estudios organizacionales*, México, Vertiente, 1997, 234 pp.
9. HARRIS, Philip, Robert T., Moran y Sarah Virgilia Moran, *Managing Cultural Differences: global leadership strategies for the 21st century*, Butterworth Heinemann, 2007, (7ª ed.), 732 pp.
10. HOFSTEDE, Geert, *Cultures and Organizations. Software of the Mind*, Nueva York, McGraw-Hill, 279 pp.
11. JASSO Villazul, Javier, et al., *El valor de la tecnología en el siglo XXI*, México, Fondo Editorial FCAUNAM, 2004, 169 pp.
12. MAUBERT, Jean-François, *Negociar. Las claves para triunfar*, México, Alfaomega-Marcombo, 2006, (2da. ed.), 225 pp.
13. REYGADAS, Luis, *Ensamblando culturas. Diversidad y conflicto en la globalización de la industria*, Serie Culturas, Barcelona, Gedisa, 2002, 318 pp.
14. URY William y FISHER Roger, *Getting to YES*, Nueva York, Penguin Books USA, 2003, 200 pp.
15. YÚDICE, George, *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona, Gedisa, Serie Culturas, 2002, 475 pp.
16. ARELLANO, Cueva Rolando, *Comportamiento del Consumidor, Enfoque América Latina*, México, McGraw-Hill, 2002, 458 pp.
17. ASSAEL, Henry, *Comportamiento del Consumidor*, México, Thomson, 2004, (6ª. ed.), 964 pp.
18. FERNÁNDEZ, Valiñas Ricardo, *Fundamentos de Mercadotecnia*, México, Thomson, 2004, 336 pp.
19. LAMB, Charles y Joseph F. Hair Jr. y Carl McDaniel, *Marketing*, México, Thomson, (8ª. ed.)2006, 746 pp.
20. BARTLETT, Ans C., *Managing Across Borders*, Harvard Business School Press, 2002, 203 pp.
21. RUGMAN, Alan, *International business*, USA, Prentice Hall, 2007, (4ª ed.), 664 pp.
22. VON Krogh, G., Ichijo, K., and Nonaka, I. 2000 *Enabling Knowledge*, Creation Oxford University Press,
23. México, 2001, 304 pp.
24. MORALES, Troncoso Carlos y Jorge Alberto, Moreno, Castellanos, *Manual de exportación. Elabore usted mismo su plan de negocios*, México, Tax editores, 2007, 288 pp.
25. CHAUPRADE, Aymeric, *Geopolitique constantes et changements*, París, Ellipses Éditions, 2007, 960 pp.
26. DÁVILA, Aldás Francisco R., *Globalización-Integración América Latina, Norteamérica y Europa*, México, Fontamara, 2002, 211 pp.
27. DE LA DEHESA Guillermo, *Comprender la globalización*, México, Alianza editorial, 2007, (3ª ed.), 480 pp.
28. ESTAY, Jaime, Alicia, Girón y Osvaldo Martínez (coords.), *La globalización de la economía mundial. Principales dimensiones en el umbral del siglo XXI*, México, Instituto de Investigaciones Económicas-UNAM/Porrúa/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, 1999, 444 pp.
29. JALIFE-RAHME, Alfredo, *El lado Oscuro de la Globalización. Post-Globalización y Balcanización*, México, Cadmon y Europa, 2007, 98 pp.
30. JALIFE-RAHME, Alfredo. *Hacia la Desglobalización*, México, Jorales, 2007, 141 pp..
31. RALSTON Saul, John, *The Collapse of Globalism and the reinvention of the world*, Londres, Atlantic books, 2006, 320 pp.
32. ABARCA, Junco, Ana Paola, et al, *Prácticas de derecho internacional privado: ejercicios y materiales de apoyo*, Madrid, Colex, 2003, (3ª ed.), 288 pp.
33. DÍAZ BRAVO, Arturo, *Contratos Mercantiles*, México, IURE, (8ª. ed.), 2005, 493 pp.
34. PEREZNIETO CASTRO, Leonel y Jorge Alberto Silva Silva, *Derecho Internacional Privado*, México, Oxford University, 2002, 156 p.
35. MANTILLA BONILLA, Roberto, *Derecho Mercanti. Introducción y conceptos fundamentales sociedades*, México, Porrúa, (30ª ed.), 2006, 548 pp.
36. MILAN, Kubr, *La consultoría de empresas: guía para la profesión*, México, Limusa Noriega, 2006, (3ª ed.), 956 pp.
37. MORFIN Hierro, Jorge, *Consultoría para el cambio...dentro y fuera de la empresa*, México, Gernika, 1998, 113 pp.
38. PORTER, Michael E., *Ventaja competitiva*, México, CECSA, 1998, 550 pp.
39. MARTÍNEZ Vera, Rogelio, *Legislación del Comercio Exterior*, México, McGraw Hill, 2006, (3ª ed.), 349 pp.

40. MÉXICO, "Ley de Comercio exterior", *Diario Oficial de la Federación*, México, 21 de diciembre de 2006, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/Combo/L-21.pdf> , (09/08/07), pp.25.
41. "Reglamento de la Ley de Comercio exterior", *Diario Oficial de la Federación*, México, 29 de diciembre de 2000, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/Combo/R-74.pdf> , (09/08/07), pp. 59.
42. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO ([www.wto.org](http://www.wto.org)), 2007, *Acuerdo relativo a la aplicación del artículo VI del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de 1994 (Acuerdo Antidumping del GATT)* 26 pp.
43. SALDAÑA Pérez Juan Manuel, *Comercio Internacional: régimen jurídico económico*, México, Porrúa, 2005, 543 pp.
44. SECRETARÍA DE ECONOMÍA, Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales (UPCI), El Sistema Mexicano de Defensa contra Prácticas Desleales de Comercio Internacional, *Informes de Labores*, disponibles en <http://www.economia.gob.mx/?P=2385> ,
45. SECRETARÍA DE ECONOMÍA, Unidad de Prácticas Comerciales Internacionales (UPCI), El Sistema Mexicano de Defensa contra Prácticas Desleales de Comercio Internacional, *Resoluciones sobre investigaciones antidumping y antisubsidios*, disponible en <http://www.economia.gob.mx/?P=544> ,
47. WITKER, Jorge y JARAMILLO, Gerardo, *Comercio Exterior de México. Marco Jurídico y Operativo*, México, McGraw-Hill, 1996, 299 pp.

### Sitios web:

<http://www.bancomext.com.mx/Bancomext/portal/portal.jsp?parent=5&category=1192&document=1195>

[http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral\\_texts/sale\\_goods/1980CISG.html](http://www.uncitral.org/uncitral/es/uncitral_texts/sale_goods/1980CISG.html)

<http://www4.law.cornell.edu/uscode/>

<http://www.iccwbo.org/>

<http://www.diputados.gob.mx/leyinfo>

<http://www.economia.gob.mx/?P=2113>

<http://www.unidroit.org/english/conventions/c-main.htm>

<http://www.banxico.org.mx>

<http://www.imf.org.mx>

<http://www.ag.sinegi.gob.mx>

<http://www.presidencia.gob.mx>

<http://www.shcp.gob.mx>

[http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana\\_mexico/2007/A\\_body.htm](http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2007/A_body.htm)

<http://www.caaarem.org.mx/>

<http://www.i-trade.com/>

## 12.- PRÁCTICAS PROPUESTAS

- En referencia a las prácticas propuestas se realizara una investigación en la cual se determine un producto que se desee comercializar internacionalmente; ya sea de exportación o de importación en el cual contenga:
  - a) Nombre de la empresa
  - b) Producto a comercializar

- c) Presentación del producto a comercializar
- d) País de origen del producto
- e) País donde se desee vender dicho producto
- f) Sistemas culturales, políticos y económicos del país donde se desee vender el producto
- g) Estrategias de mercado para la promoción y distribución del producto
- h) Precio de compra y venta del producto
- i) Canales de distribución logística
- j) Normas legales y arancelarias de los países involucrados
- k) Conclusiones