



Inteligencia Comercial

1. Datos de identificación

Academia		Departamento			
Especialidades en Economía y Negocios		Departamento de Estudios Organizacionales			
Carreras		Área de formación		Tipo	
Licenciatura en Negocios Internacionales		Especializante Obligatoria		Curso - Taller	
Modalidad	Ciclo	Créditos	Clave	Prerrequisitos	
Presencial	6	8	I5427	Mercadotecnia Internacional	
Horas	Relación con otras Unidades de Aprendizaje				
Teoría [40] Práctica [40] Total [80]	<i>En el ciclo que se imparte (relación horizontal)</i>			<i>En otros ciclos (relación vertical)</i>	
	Mercadotecnia			Marco Regulatorio de los Negocios Internacionales	
	Mercadotecnia Internacional				
Logística del Comercio Internacional					
Saberes previos					
Conocimientos sobre los procesos administrativos, manejo de sistemas de información y toma de decisiones en las empresas y/o instituciones.					
Elaboró		Fecha de elaboración		Actualizó	
Dr. Luis Enrique Romo González		Enero de 2017		Dr. Luis Enrique Romo González	
				Fecha de actualización	
				Marzo de 2017	

2. Competencia de la Unidad de Aprendizaje

Comprende la importancia del uso de las herramientas de la inteligencia de negocios internacionales y las aplica para la toma de decisiones en las empresas y/o instituciones de forma precisa y oportuna con la finalidad de seleccionar la alternativa que beneficie para el éxito de las mismas.

Perfil de egreso

El egresado de la licenciatura en Negocios Internacionales se inserta en el mercado de trabajo en innumerables instituciones públicas y privadas que tienen relación con el comercio internacional y la internacionalización de las instituciones. Dentro de sus capacidades y funciones están:

1. Negociar acuerdos internacionales en el ámbito público y privado
 - a. Mediante conocimientos económicos, jurídicos, sociales y de negociación que se encuentren en la frontera del conocimiento;
 - b. Mediante el dominio de lenguas extranjeras; y
 - c. A partir del reconocimiento de las diferencias culturales.
2. Desarrollar, implementar y gestionar proyectos de logística internacional
 - a. Mediante el conocimiento de marcos normativos y sus procesos, gestión aduanera, métodos cuantitativos y otros elementos de toma de decisiones;
 - b. A partir del uso de TICS y Software especializados; y
 - c. Mediante el conocimiento de geografía, transportes y la estructura económica internacional.
3. Identificar, diseñar, desarrollar y dar seguimiento a los modelos de internacionalización de empresas
 - a. A partir de identificar áreas de oportunidad y generar planes y proyectos de negocios internacionales.

Todo lo anterior, lo desarrolla en un ámbito globalizado, mediante principios de ética y responsabilidad social. Además de un espíritu crítico, incluyente, con compromiso social, autogestivo, adaptable, innovador y con una correcta expresión oral y escrita. Mediante una actitud de mejora continua.



3. Competencias a las cuales contribuye la unidad de aprendizaje

Genéricas	Disciplinares	Profesionales
<ul style="list-style-type: none"> Escucha y pondera situaciones para accionar de forma tolerante, asertiva y afectiva. Busca, procesa y analiza críticamente información procedente de fuentes diversas. Aplica destrezas digitales en el desarrollo de actividades cotidianas Aplica acciones de liderazgo Propicia ambientes que favorece el trabajo en equipo con calidad, calidez y creatividad. 	<ul style="list-style-type: none"> Establece las necesidades de información de una empresa y/o institución Aplica las herramientas de la inteligencia de negocios Interpreta la información obtenida a través de las herramientas de la inteligencia de negocios para la toma de decisiones 	<ul style="list-style-type: none"> Elabora una propuesta de solución de una empresa real para la toma de decisiones con base a la aplicación de una herramienta de la inteligencia de negocios

4. Contenido temático por unidad de competencia

Unidad de competencia 1: Inteligencia de Negocios.
Resuelve y discute la pregunta fundamental respecto a ¿Qué es la Inteligencia de Negocios?
A partir de las posibles respuestas pondera y evalúa los beneficios de la Inteligencia de Negocios para su quehacer profesional.
Unidad de competencia 2: Las Megatendencias de la Inteligencia Comercial.
Examina las tendencias internacionales en materia de inteligencia comercial y el papel que juega en la eficiencia y manejo de las transacciones comerciales internacionales a partir de bases de datos y documentos estratégicos en la materia.
Unidad de competencia 3: Detección de necesidades de información en la inteligencia comercial.
Desarrolla un diagnóstico de necesidades a partir de fuentes de información típicas en materia de inteligencia comercial.
Unidad de competencia 4: Componentes y herramientas de la inteligencia comercial.
Analiza los componentes de la inteligencia comercial a partir de las herramientas de la disciplina.
Unidad de competencia 5: Aplicación de las herramientas de la inteligencia comercial y sus resultados.
Explora los mecanismos para el procesamiento de la información obtenida a través de la inteligencia comercial y presenta de resultados de las herramientas de la inteligencia comercial por medio de propuestas de solución para la toma de decisiones con base a los resultados.

5. Metodología de trabajo docente y acciones del alumno

Metodología	Acción del docente	Acción del estudiante
Aprendizaje orientado a Proyectos	<ul style="list-style-type: none"> El profesor tutela a los estudiantes durante la elaboración del proyecto ofreciéndoles recursos y orientación a lo largo de sus investigaciones. La ayuda se desplaza progresivamente del proceso al producto. Está disponible para aclarar las dudas del estudiante. Debe guiar a los estudiantes hacia el aprendizaje independiente, motivándolos a trabajar de forma autónoma, especialmente en las fases de planificación, realización y evaluación. Las tareas del profesor de forma secuenciada son: <ul style="list-style-type: none"> Presentación y definición del proyecto. Dar indicaciones básicas sobre el procedimiento metodológico. Revisar el plan de trabajo de cada equipo. Realizar reuniones con cada equipo para discutir y orientar sobre el avance del proyecto. Utilizar clases para satisfacer necesidades de los equipos. Revisión individual y grupal de los progresos del proyecto y de los aprendizajes desarrollados. Realizar la evaluación final en base a los resultados presentados y los aprendizajes adquiridos. 	<ul style="list-style-type: none"> Introduce a los estudiantes en un proceso de investigación creadora: construyen nuevos conocimientos y habilidades trabajando desde los conocimientos y habilidades que ya poseen. Supone un estudio independiente, desarrollando la capacidad de aprender a aprender. Se centra en el estudiante y promueve su motivación intrínseca. Se parte del aprendizaje colaborativo (se suele trabajar en grupo) y cooperativo (la instrucción entre pares es fundamental). Las tareas del estudiante, básicamente, son: <ul style="list-style-type: none"> Conformar los grupos de trabajo. Interactuar con el profesor para aclarar dudas y definir el proyecto. Definir el plan de trabajo (actividades individuales, reuniones, etc.). Individualmente buscar y recoger información, proponer diseño y soluciones. Revisión de la información y planificación del trabajo. Desarrollo del proyecto y reuniones con el profesor. Entrega de un primer informe o propuesta de resultados. Presentación de los resultados obtenidos y de los aprendizajes logrados por el equipo.



6. Criterios generales de evaluación (desempeño)

Actividad	Producto
<p>Se centra en la realización del proyecto en sí, debiendo los estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entregar por equipo el informe escrito del proyecto. - Exponer en equipo una presentación del proyecto ante los profesores y compañeros. - Exponer y debatir individualmente ante el profesor o profesores una presentación del proyecto. <p>La evaluación debe examinar el conocimiento acreditado por cada estudiante individualmente en lo que respecta al proyecto y a los contenidos académicos.</p> <p>Criterios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Exámenes parciales 30% 2. Presentación de trabajos e investigaciones individuales 30% 3. Proyecto final 40 	<p>Proyecto de investigación presentado a la empresa y/o institución con base a la inteligencia comercial para la toma de decisión</p>

Se recomienda que en cada actividad se practique la autoevaluación y coevaluación con los estudiantes.

7. Perfil deseable del docente

Saberes / Profesión	Habilidades	Actitudes	Valores
En áreas económico-administrativas	Intelectuales, de comunicación, Interpersonales, Organización/gestión personal.	De desarrollo profesional, de compromiso personal	Responsabilidad

8. Bibliografía

Básica para el estudiante

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Azevedo, Ana	Integration of data mining in business intelligence systems	IGI Global	2015	Biblioteca CUALTOS
Rodríguez Martínez, Jorge	Estrategias de internacionalización de las Pymes basada en la información: El panorama internacional y el caso de México	Universidad Autónoma Metropolitana	2013	Biblioteca CUALTOS

Complementaria

Autor(es)	Título	Editorial	Año	URL
Rosado Gomez, A.; Rico Bautista, Dewar Willmer	Inteligencia de Negocios: Estado del Arte	Scientia Et Technica	2010	ISSN: 0122-1701 http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917316060

Tepatitlán de Morelos, Jalisco, marzo de 2017.

Nombre y firma del Jefe de Departamento de Estudios Organizacionales

Dr. Marco Antonio Berger García

Nombre y firma del Presidente de Academia de Especiales en Economía y Negocios

Dr. Cándido González Pérez