



Universidad Juárez del Estado de Durango
Facultad de Ciencias Forestales



Programa de Unidad de Aprendizaje
Con enfoque en Competencias Profesionales Integrales

I. DATOS GENERALES DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

1. Nombre de la Unidad de Aprendizaje		2. Clave			
Comercialización de productos forestales		TOP40-TOP47			
3. Unidad Académica					
Facultad de Ciencias Forestales					
4. Programa Académico			5. Nivel		
Ingeniería en Ciencias Forestales			Superior		
6. Área de Formación					
Disciplinar					
7. Academia					
Academia Horizontal de Séptimo u Octavo Semestre Academia de Industrias Forestales					
8. Modalidad					
Obligatorias		Curso	X	Presencial	X
Optativas	X	Curso-taller		No presencial	
		Taller		Mixta	
		Seminario			
		Laboratorio, Práctica de campo			
		Práctica profesional			
		Estancia académica			
9. Pre-requisitos					

Manejo sustentable de recursos forestales
 Administración forestal
 Restauración y conservación de los suelos forestales
 Productos forestales no maderables
 Silvicultura de bosques templados

10. Horas teóricas	Horas Prácticas	Horas de estudio independiente	Total de horas	Valor en créditos
32	32	16	80	5
11. Nombre de los académicos que participaron en la elaboración y/o modificación				
M.C. Emily García Montiel				
12. Fecha de elaboración	Fecha de Modificación	Fecha de Aprobación		
28/01/2015	DD/MM/AAAA	D/MM/AAAA		

II.DATOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

13. Presentación

La comercialización de productos forestales es una disciplina que se basa en la técnica de mercadeo, la ciencia administrativa y económica. Aborda diversos problemas que se plantean en el sector forestal. Con acentuación especialmente en la comercialización nacional e internacional de una variedad de productos de la industria forestal tanto maderables como no maderables. La comercialización establece un nexo de unión entre la empresa y sus consumidores: consiste en negociar con los consumidores, tener en cuenta sus necesidades y transformarlas en productos o servicios del ramo forestal que tengan potencial para satisfacer esas necesidades.

La materia implica un conocimiento sobre logística interna y externa tanto nacional como internacional, así como técnicas de mercadotecnia que aseguren el exitoso posicionamiento de estos productos en el mercado seleccionado y segmentado.

Esta materia es optativa y pertenece al área de Industrias Forestales del programa de Ingeniero en Ciencias Forestal y es recomendable que se tome en los últimos semestres del programa educativo.

14. Competencias profesionales integrales a desarrollar en el estudiante				
Competencias Genéricas	Pensamiento Critico <ol style="list-style-type: none"> 1. Explican claramente y con precisión el propósito y significado de lo que sucede en clase, de las actividades dentro del aula, exámenes y tareas. 2. Valoran lo aprendido y lo que necesitan aprender y su aplicación. Liderazgo Colaborativo <ol style="list-style-type: none"> 1. Definen las oportunidades de mercado existentes, estimando su proceso y viabilidad en cada una de las etapas de un proyecto de comercialización. 2. Gestionan el proyecto y contar con un alto grado de autonomía personal y grupal. 3. Desarrollan proyectos integrales de comercialización. 			
Competencias Profesionales	Industria Forestal <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifican las necesidades y requerimientos de mercado de productos forestales. 			
Propósito General del curso	El estudiante desarrolla habilidades para la identificación de oportunidades de mercado para los productos forestales en el ámbito nacional e internacional, considerando aspectos económicos, políticos, regulativos y sociales. Además desarrolla habilidades para introducir el producto en el mercado mediante técnicas de mercadotecnia, abarcando conocimientos generales en materia aduanera.			
15. Articulación de los Ejes				
La Unidad de Aprendizaje articula la metodología de investigación, la ética profesional, los valores y los campos disciplinarios de las Ciencias Forestales de manera que los estudiantes desarrollen proyectos de comercialización nacional e internacional.				
16. Desarrollo del Curso				
Módulo 1	Introducción y comprensión de conceptos e identificación de mercados			
Propósito de aprendizaje	Contenidos de Aprendizaje	Producto de aprendizaje	Estrategias	Recursos y materiales didácticos
Define los conceptos básicos de comercio	El estudio del comercio	Realiza mapa mental donde se identifique el		- materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF

nacional e internacional y describe los componentes del proceso de un proyecto de comercialización.	Analiza las diferentes etapas que componen un proyecto de comercialización	proceso de comercialización.	Trabajo colaborativo e investigación documental - Motivar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes	-Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
Definen los componentes de la identificación de Mercado y definen las oportunidades de negocio dentro de un contexto específico.	Estructura económica del mercado	Hace un mapa mental que contenga los aspectos que deben considerarse en la elección de mercado y realiza su segmentación.	- en plenaria discute los productos potenciales para comercialización. - elabora una lista con los productos factibles para comercializar y sus mercados.	- materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Características de los clientes potenciales			
	Técnicas asignación de marca, logotipo e imagen integral del producto	Define el diseño completo del producto en una ficha técnica.	Aprendizaje basado en solución de problemas - se discuten casos de proyectos d comercialización. - se plantean situaciones para el pronóstico de demanda basada en necesidades específicas.	- materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Determinación de los materiales que deben acompañar al producto para su adecuada manipulación			
Módulo 2	Comercio exterior y logística			

Propósito de aprendizaje	Contenidos de Aprendizaje	Producto de aprendizaje	Estrategias	Recursos y materiales didácticos
Explica los componentes de la logística interna y externa de un proceso de comercialización.	Definición de conceptos	Realizar un mapa mental con el desarrollo logístico del proyecto	<p>Trabajo colaborativo e investigación documental.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fomentar actividades de búsqueda, selección y análisis de información en distintas fuentes - En plenaria discute sobre los aspectos que determinan la toma de decisión sobre la logística más adecuada y realizar un cuadro sinóptico - Elabora un mapa mental sobre el proceso de comercialización internacional y las etapas que lo conforman. - En plenaria discute las ventajas y desventajas del comercio exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> - materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Estudio de las alternativas			
	Definición de la logística a utilizar			
Identifica los conceptos básicos del comercio internacional, su estructura y objetivos.	Efectos sociales, económicos y ambientales del comercio internacional	Hace un diagrama de flujo que muestre los efectos económicos que tiene el comercio internacional en su sociedad.	<ul style="list-style-type: none"> - En plenaria discute sobre los aspectos que determinan la toma de decisión sobre la logística más adecuada y realizar un cuadro sinóptico - Elabora un mapa mental sobre el proceso de comercialización internacional y las etapas que lo conforman. - En plenaria discute las ventajas y desventajas del comercio exterior. 	<ul style="list-style-type: none"> - materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Estructura, ventajas y desventajas.	Escribe un resumen del impacto del comercio internacional en el ámbito forestal		

Módulo 3	Estudio Financiero y Aduanero			
Propósito de aprendizaje	Contenidos de Aprendizaje	Producto de aprendizaje	Estrategias	Recursos y materiales didácticos
Identifica el proceso de exportación e importación de un producto forestal	Estudia conceptos básicos aduaneros y de comercio exterior	Elaborar un proyecto de comercialización que contenga los aspectos mínimos requeridos revisados a lo largo de la Unidad de Aprendizaje	Trabajo colaborativo e investigación documental - se forman equipos que revisan un listado de costes de un proyecto para clasificarlos - se exponen y discuten en plenaria los resultados para la construcción del flujo de caja	- materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Conoce las implicaciones legales de un proyecto de comercialización internacional			
	Identifica el proceso de logística internacional			
Identifica los costes que corresponden a ingresos y los que son egresos para interpretar	Las inversiones y costos del proyecto		Aprendizaje por proyecto	- materiales comunes del aula - biblioteca de la FCF -Biblioteca Central Universitaria -literatura digitalizada
	Utilidades del proyecto			

los beneficios del proyecto	Estrategias de comercialización		<ul style="list-style-type: none"> - elaborar un proyecto de inversión - realizar la presentación del proyecto final - entregar el proyecto final 	<ul style="list-style-type: none"> -equipo de cómputo -internet -páginas web
	Determina si el proyecto es viable			

17. Evaluación del desempeño:

Evidencia (s) de desempeño	Criterios de desempeño	Ámbito(s) de aplicación	Porcentaje
- mapa mental donde se identifique el proceso de comercialización.	instrumento de rúbrica determinada para cada producto, con los indicadores de <ul style="list-style-type: none"> - calidad - suficiencia - congruencia - coherencia 	<ul style="list-style-type: none"> - local - regional - nacional - internacional 	5
- mapa mental que contenga los aspectos que deben considerarse en la elección de mercado y realiza su segmentación			5
- Ficha técnica donde se define el diseño completo del producto			5
- mapa mental con el desarrollo logístico del proyecto			5
- diagrama de flujo que muestre los efectos económicos que tiene el comercio internacional en su sociedad			5
- resumen del impacto del comercio internacional en el ámbito forestal			5
- proyecto de comercialización final			30

18. Criterios de evaluación:	
Criterio	Valor
Evaluación formativa	5% asistencia 5% disponibilidad para el trabajo en equipo 5% participación 5% respeto
Evaluación sumativa	60% evidencias de desempeño
Autoevaluación	10% cada alumno se evaluará, mediante un escrito donde manifieste lo aprendido durante el semestre con su respectiva evidencia
Coevaluación	10% cada alumno evaluará a sus compañeros, indicando los puntos favorables y en su caso las áreas de oportunidad detectadas en sus compañeros en la presentación del proyecto final
Heteroevaluación	Los estudiantes evalúan el trabajo del maestro y viceversa.
Sumatoria de Criterios	100%
19. Acreditación	
<p>La Unidad de Aprendizaje se acredita, si el estudiante presenta todas las evidencias de desempeño. La asistencia al curso debe ser mayor de 80% La calificación mínima aprobatoria es 60.</p>	
20. Fuentes de información	
Básicas	<ul style="list-style-type: none"> -Banco Nacional de Comercio Exterior (2006). Guía de Exportación Bancomext. México: Bancomext. -Henry Assael "Comportamiento del Consumidor" 6ta Edición, International Thomson Editores, 1998. Traducción "Consumer Behavior and Marketing Action", 6th Edition, South Western College Publishing. - Ballou, H. (2004). Logística administración de la cadena de suministro. Ciudad de México: Pearson Educación.

Complementarias	<ul style="list-style-type: none">- RUZ, I.: <i>Fundamentos de marketing</i>, Barcelona: Ariel, 1990.- Hitt, M., Ireland, R. y Robert H. (2000), <i>Administración Estratégica: Competitividad y conceptos de globalización</i>, 4ª. Edición, México: Thomson, Editores.
21. Perfil del docente que imparte esta unidad de aprendizaje	
<ul style="list-style-type: none">- Contar con título de licenciatura en Comercio internacional, Negocios, Economía, o área afín.- Preferentemente con grado de Maestría o Doctorado.- Experiencia profesional universitaria como maestro frente a grupo.- Disponibilidad para trabajar en equipo	