

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN BÁSICA
COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. **Unidad Académica:** Facultad de Ingeniería, Arquitectura y Diseño, Ensenada.
2. **Programa Educativo:** Ingeniero en Nanotecnología
3. **Plan de Estudios:** 2019-2
4. **Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comercialización de Productos Nanotecnológicos
5. **Clave:** 33561
6. **HC:** 01 **HL:** 00 **HT:** 03 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 01 **CR:** 05
7. **Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
8. **Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
9. **Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA
José de Jesús Zamarripa Topete
Miguel Ángel Adame Monreal

Firma

Vo.Bo. de subdirector de Unidad Académica
Humberto Cervantes De Ávila



Firma

Fecha: 4 de septiembre de 2018

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La finalidad de la unidad de aprendizaje de Comercialización de Productos Nanotecnológicos es que el estudiante diseñe una propuesta para comercializar bienes y servicios nanotecnológicos. Su utilidad radica en que al estudiante le da una perspectiva completa de los trámites y procedimientos que deberá cumplir para realizar un proceso de comercialización en nanotecnología, con honestidad, responsabilidad y respeto al medio ambiente. Se imparte en la etapa terminal, con carácter de obligatoria, es integradora y pertenece al área de conocimiento de la Ingeniería Aplicada.

III. COMPETENCIA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Generar un programa de comercialización de un producto nanotecnológico, por medio del desarrollo e implementación de estrategias y metodologías de comercialización, con logística de distribución, basado en el análisis cuantitativo y cualitativo del producto nanotecnológico, para que este pueda llegar desde el productor hasta el consumidor en tiempo, forma, costos y lugar, con honestidad, responsabilidad y respeto por el medio ambiente.

IV. EVIDENCIA(S) DE DESEMPEÑO

Elabora y entrega un portafolio de evidencias digital del proceso de comercialización de un producto nanotecnológico que contenga: el programa y el manual que incluye la estandarización, normatividad, seguridad e higiene.

V. DESARROLLO POR UNIDADES

UNIDAD I. Definiciones, antecedentes, tipos de comercio, sistemas comerciales y legislación

Competencia:

Identificar los términos correctos de la comercialización y su marco normativo correspondiente, a través de la revisión de los orígenes y evolución histórica de la comercialización y la legislación mercantil, para su correcta aplicación en la construcción de programas y manuales de comercialización de productos nanotecnológicos, con tolerancia, responsabilidad y actitud colaborativa.

Contenido:

- 1.1. Definiciones.
- 1.2. Antecedentes.
- 1.3. Tipos de comercio.
- 1.4. Sistemas comerciales.
- 1.5. Legislación.

Duración: 4 horas

UNIDAD II. Distribución comercial, canales de distribución

Competencia:

Especificar los elementos de un plan de distribución de productos nanotecnológicos, por medio del análisis de particularidades de las herramientas de distribución comercial, para que un producto nanotecnológico pueda llegar desde el productor hasta el consumidor, con actitud colaborativa, responsabilidad y respeto por el medio ambiente.

Contenido:

Duración: 4 horas

- 2.1. La distribución comercial.
 - 2.1.1. Puntos de vista de la comercialización.
 - 2.1.2. Cambios en el mercado.
 - 2.1.3. Funciones de la distribución comercial.
- 2.2. Canal de distribución.
 - 2.2.1. Conceptos básicos de canal de distribución.
 - 2.2.2. Tipos de canales de distribución.
 - 2.2.3. Elección del canal de distribución.
 - 2.2.4. Etapas del diseño del canal de distribución.
 - 2.2.5. El canal de productos intangibles.
 - 2.2.6. Dinámica de los canales de distribución.
 - 2.2.7. Tipos de integración.
 - 2.2.8. Outsourcing,
 - 2.2.9. Relaciones internas del canal de distribución.

UNIDAD III. Formatos comerciales y logística del fabricante, distribuidor y minorista

Competencia:

Definir los formatos comerciales utilizados por los sujetos del comercio, por medio del análisis y comparación de sus elementos, para aplicarlos en el diseño logístico de programas y manuales de comercialización de productos nanotecnológicos apegados a la legalidad, con honestidad, responsabilidad y trabajo en equipo.

Contenido:

Duración: 6 horas

3.1. Formatos comerciales

3.1.1. Formato comercial basado en el fabricante.

3.1.1.1. Mercado mayorista.

3.1.1.2. Clasificación de los mayoristas.

3.1.1.3. Agentes intermediarios.

3.1.2. Formatos comerciales basados en minoristas.

3.1.2.1. Clasificación de los minoristas,

3.1.2.2. Tipos de ventas (con o sin vendedor).

3.1.2.3. Planificación de la gestión y dirección minorista.

3.1.2.4. Estrategia minorista.

3.1.2.5. Proceso de toma de decisiones de la dirección.

3.1.2.6. Importancia económica de los minoristas.

3.1.2.7. Estrategia financiera minorista.

3.1.2.8. Instrumentos contables.

3.1.2.9. Presupuesto minorista.

3.1.3.10. Comportamiento de ir de compras del consumidor.

3.1.3.10.1 Enfoque del comportamiento del consumidor.

3.1.3.10.2. Factores internos y externos de la compra.

3.1.3.10.3. El proceso de compra.

3.1.3.10.4. Necesidades,

3.1.3.10.5. Búsqueda de información.

3.1.3.10.6. Evaluación de la compra.

3.1.3. Aspectos éticos y legales.

3.1.3.1. Normas y códigos de ética.

3.1.3.2. Ventas éticas y no éticas.

3.1.4. Comercio electrónico.

- 3.1.4.1. Conceptos.
- 3.1.4.2. Documentos digitales.
- 3.1.4.3. Certificados digitales.

3.2. Logística

- 3.2.1. Conceptos.
- 3.2.2. Estrategia logística.
- 3.2.3. Diseño del sistema logístico.
- 3.2.4. Sistemas de respuesta al consumidor,
- 3.2.5. Gestión de punto de venta.
- 3.2.6. La cadena de suministro.
- 3.2.7. Planificación de la cadena.
- 3.2.8. Visión actual de la logística.
- 3.2.9. Diseño de rutas.

UNIDAD IV. Comercio internacional

Competencia:

Ejemplificar los procedimientos de distribución en el diseño de programas y manuales de comercialización de productos nanotecnológicos, mediante la reflexión de los conceptos de exportación, importación, aduanas e incoterms, para su aplicación en el comercio de un producto nanotecnológico, con honestidad, responsabilidad y respeto por otras culturas.

Contenido:

- 4.1. Comercio internacional.
- 4.2. Exportación.
- 4.3. Importación.
- 4.4. Aduanas.
- 4.5. Incoterms.

Duración: 2 horas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No. de Práctica	Competencia	Descripción	Material de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Realizar el diseño de programas y manuales de comercialización de productos, mediante los términos y normatividad, para proyectar un plan de distribución de bienes y servicios nanotecnológicos, con tolerancia, responsabilidad y actitud colaborativa.	<p>Definiciones, antecedentes, tipos de comercio, sistemas comerciales y legislación</p> <p>Detectar la necesidad o problemática del sector productivo o social.</p> <p>Determinar el producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Establecer los términos de la comercialización y la normatividad más adecuados al producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Iniciar el programa y manual de comercialización.</p>	<p>Información de necesidades del sector productivo y social.</p> <p>Producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Documentos de clase, bases de datos especializadas e internet.</p> <p>Videos.</p> <p>Formato digital del programa y manual de comercialización.</p> <p>Computadora.</p> <p>Cañón de proyección.</p>	12 horas
UNIDAD II				
2	Estructurar un plan de distribución de productos nanotecnológicos, por medio de las herramientas de distribución comercial, para determinar estratégicamente el mejor canal que permita que el producto nanotecnológico pueda llegar desde el productor hasta el consumidor, con honestidad, responsabilidad y respeto por el medio ambiente.	<p>Distribución comercial, canales de distribución.</p> <p>Por equipos con las características del producto nanotecnológico diseñar el canal de distribución más adecuado.</p> <p>Documentar el canal de distribución en los documentos del programa y manual de comercialización.</p>	<p>Producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Documentos de clase, bases de datos especializadas e internet.</p> <p>Videos.</p> <p>Formato digital del programa y manual de comercialización.</p> <p>Computadora.</p> <p>Cañón de proyección.</p>	12 horas
UNIDAD III				

3	Diseñar los formatos comerciales, mediante el diseño de la logística, distribución bienes y servicios, para instrumentar programas y manuales de comercialización de productos nanotecnológicos apegados a la legalidad, con honestidad, responsabilidad y trabajo en equipo.	<p>Formatos comerciales y logística del fabricante, distribuidor y minorista.</p> <p>Por equipos con los formatos del fabricante, intermediario y minorista, estructurar la logística más funcional para el producto o nanotecnológico a comercializar. Documentar las características del fabricante, intermediario y minorista, con la propuesta de la logística en los documentos del programa y manual de comercialización.</p>	<p>Producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Documentos de clase, bases de datos especializadas e internet.</p> <p>Videos.</p> <p>Formato digital del programa y manual de comercialización.</p> <p>Computadora.</p> <p>Cañón de proyección.</p>	18 horas
UNIDAD IV				
4	Proponer procedimientos de distribución en el diseño del programa y manual de comercialización de productos nanotecnológicos, con los criterios de exportación, importación, aduanas e incoterms, para que un producto nanotecnológico pueda llegar a otro país, con honestidad, responsabilidad y respeto por otras culturas.	<p>Comercio internacional.</p> <p>Con grupos de trabajo revisar los procedimientos para exportar, importar, el funcionamiento de las aduanas y el uso correcto de los incoterms para que el producto nanotecnológico se pueda comercializar en otro país. Documentar los procedimientos de exportación en los documentos del programa y manual de comercialización.</p>	<p>Producto nanotecnológico a comercializar.</p> <p>Documentos de clase, bases de datos especializadas e internet.</p> <p>Videos.</p> <p>Formato digital del programa y manual de comercialización.</p> <p>Computadora.</p> <p>Cañón de proyección.</p>	6 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente)

Exposición de los temas en clase.

Apoyo audiovisual.

Asesoría en los trabajos realizados en equipo durante las unidades temáticas.

Guía en el diseño del programa y manual de comercialización del producto nanotecnológico.

Estrategia de aprendizaje (alumno)

Lectura del material de la clase y complementado con búsquedas bibliográficas en bases de datos especializadas e internet.

Trabajo en equipo para establecer los mejores criterios en determinados temas de comercialización.

Llenado del programa y manual de comercialización del producto nanotecnológico.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- 80% de asistencia para tener derecho a examen ordinario y 70% de asistencia para tener derecho a examen extraordinario de acuerdo al Estatuto Escolar artículos 71 y 72.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

Exámenes parciales 3

- 3 exámenes 20%

- Evidencia de desempeño..... 80%

(Portafolio de evidencias digital de comercialización de un producto nanotecnológico que contenga: el programa y el manual que incluye la estandarización, normatividad, seguridad e higiene)

Total..... 100%

IX. REFERENCIAS

Básicas

- Boucher P. (2008). *Nanotechnology: Legal Aspects (Perspectives in Nanotechnology)*. United States of America. CRC Press Book. [clásica]
- Castellanos A. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Colombia. ECOE ediciones.
- De Juan Vigaray M. D. (2011). *Comercialización y retailing, distribución comercial aplicada*. México. Pearson, Prentice Hall. [clásica]
- Harari Y. N. (2016). *De animales a dioses. Una breve historia de la humanidad*. México. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Martínez-López F. J. (2013). *Distribución Comercial*. México. Delta. [clásica]
- Sabria F. (2012). *La cadena de suministro*. (2^a ed). México. Alfaomega. Marge books. [clásica]
- Sherton S. (2012). *Nanotechnology: Business Applications and Commercialization*. United States of America. CRC Press Book. [clásica]
- Tsuzuki T. (2013). *Nanotechnology Commercialisation*. United States of America. CRC Press Book. [clásica]

Complementarias

- Valdivia J. A. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. España. IC editorial.
- Wim, H. E. (2012), *Nanotechnology Commercialization for Managers*. United States of America. Pan Stanford Publishing. [clásica]

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente de esta asignatura debe poseer un título de ingeniero preferentemente que tenga posgrado de ingeniería en nanotecnología o afín a la unidad de aprendizaje. Deberá tener experiencia en docencia, de dos años; tener habilidades de motivar al estudiante al aprendizaje y facilitar los medios que favorezcan el proceso de enseñanza-aprendizaje. Además, debe ser tolerante, empático, respetuoso, responsable, ético y honesto.